

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
МИНИСТЕРСТВО ИНФОРМАЦИИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ГОУ ВПО «ДОНБАССКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
СТРОИТЕЛЬСТВА И АРХИТЕКТУРЫ»**

2019 г.

Году русского языка в Донецкой Народной Республике посвящается
Материалы I Республиканской студенческой научно-практической
конференции «Актуальные проблемы речевой культуры будущего
специалиста»



Донецк

22.05.2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
МИНИСТЕРСТВО ИНФОРМАЦИИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ГОУ ВПО «ДОНБАССКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
СТРОИТЕЛЬСТВА И АРХИТЕКТУРЫ»

Году русского языка в Донецкой Народной Республике посвящается

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ
БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА**

**Материалы I Республиканской студенческой научно-
практической конференции**

(22 мая 2019 года)

Донецк, 2019

УДК 81`44
ББК 81

Печатается по решению ученого совета ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» (протокол № 4 от 24.05.2019 г.)

Редакционная коллегия:

- Мачай Т. А., к. п. н., доц., заведующий кафедрой русского языка;
- Лазарева Л. К., к. филол. н., доц. кафедры русского языка;
- Юрьева Е. В., к. филол. н., доц. кафедры русского языка.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Каверина О. Г. – заведующий кафедрой английского языка ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», д. п. н., профессор.
Теркулов В. И. – заведующий кафедрой русского языка ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», д. филол. н., профессор.

***Актуальные проблемы речевой культуры будущего специалиста:**
Материалы I Республиканской студенческой научно-практической конференции (22 мая 2019 г.) – Донецк: ДонНТУ, 2019. – 180 с.*

Сборник содержит статьи участников I Республиканской студенческой научно-практической конференции **«Актуальные проблемы речевой культуры будущего специалиста»** (22 мая 2019 г.). Материалы представлены по таким тематическим направлениям: «Общетеоретические проблемы лингвистики», «Теория и практика использования русского языка в сфере профессиональной коммуникации», «Язык в пространстве массовой коммуникации в цифровую эпоху», «Общие вопросы теории и практики коммуникации», «Русский язык и межкультурная коммуникация», «Современные технологии в межкультурной коммуникации», «Лингвистический анализ художественного текста: теория, практика, интерпретация», «Подходы к анализу поэтического текста: звук, смысл, культура, личность».

Издание рассчитано на научных работников, преподавателей-лингвистов, культурологов, методистов, учителей, аспирантов, магистрантов, студентов, широкого круга читателей.

Научное электронное издание

Авторы научных статей несут ответственность за оригинальность текстов, а также достоверность изложенных фактов и положений

УДК 81`44
ББК 81

© Коллектив авторов, 2019
© Донецкий национальный технический университет, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

1.1	Афанасьева В.Ю., Фахурдинова Т.В., Новикова Ю.Н. «ОСОБЕННОСТИ РУССКОЙ АКЦЕНТУАЦИИ (на материале донецкого диалекта)».....	9
1.2	Брацун Д.А., Теркулов В.И. «ОНОМАСИОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ, ОБОЗНАЧАЮЩИХ ЛИНЕЙНЫЕ ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ОБЪЕКТЫ».....	12
1.3	Гилёва А. О., Вергелес Е.А. «ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОЛОГИИ ЯЗЫКА В РЕЧЕВОМ ЭТИКЕТЕ».....	16
1.4	Губарь Н.В., Юрьева Е.В. «ЗНАЧЕНИЯ ЛЕКСЕМ «ЛЮБОВЬ» И «САМОВЛЮБЛЕННОСТЬ»».....	20
1.5	Емельянова К.Ю., Теркулов В.И. «ОККАЗИОНАЛЬНЫЕ ПРЕЗЕНТАТИВНЫЕ И ИНТЕРПРЕТАТИВНЫЕ ДЕШИФРОВАТЕЛЬНЫЕ СТИМУЛЫ АББРОАФФИКСИДНЫХ КВАЗИАББРЕВИАТУР»...	23
1.6	Кострица М.В., Сиенко Е.С. «ОРФОЭПИЧЕСКИЕ ОШИБКИ В РЕЧИ ДЕЙСТВУЮЩИХ И БУДУЩИХ СОТРУДНИКОВ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ».....	25
1.7	Левина Т.К., Юрьева Е.В. «СЕМИОТИКА ЖЕСТОВОГО ОБЩЕНИЯ КАК ВЫРАЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА».....	28
1.8	Литвин М.С., Юрьева Е.В. «ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ».....	31
1.9	Мельник Д.А., Батуров Н.А., Новикова Ю.Н. «МУЖСКИЕ ЛИЧНЫЕ ИМЕНА В РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ (на материале «Фразеологического словаря русского литературного языка» А. И. Фёдорова)».....	33

1.10	Мостовой Б.С., Романова Е.Г. «О ГРЕКО-ЛАТИНСКИХ ТЕРМИНОЭЛЕМЕНТАХ В РУССКОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ».....	36
1.11	Нестеренко А.А., Романова Е.Г. ««СЛОВОТЕРАПИЯ» КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЛЕЧЕБНОГО АРСЕНАЛА МЕДИКА».....	38
1.12	Никольшина Я.А., Теркулов В.И. «ФОРМАЛЬНО- СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ, ВХОДЯЩИХ В АББРЕВИАТУРНУЮ ГРУППУ «МОРФО»».....	40
1.13	Пилипенко В.В., Романова Е.Г. «ОБ ЭТИМОЛОГИИ НЕКОТОРЫХ МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ».....	44
1.14	Портная К.В., Мачай Т.А. «ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ «МАРКЕТИНГ»».....	46
1.15	Протасова Х.А., Балко М.В. «НЕНОРМАТИВНАЯ ЛЕКСИКА КАК СОЦИАЛЬНО ДЕТЕРМИНИРОВАННЫЙ ФЕНОМЕН».....	49
1.16	Родина Д.А., Романова Е.Г. «РУССКИЙ ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УСПЕХА ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ВРАЧА И ПАЦИЕНТА»...	51
1.17	Смирнова И.Р., Теркулов В.И. «ОНОМАСИОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ С СОСТАВНЫМ АББРОКОНСТРУКТОМ».....	54
1.18	Тахмазова С.В., Теркулов В.И. «ФОРМАЛЬНО- СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОЖНОСОКРАЩЁННЫХ СЛОВ, ВХОДЯЩИХ В АББРЕВИАТУРНУЮ ГРУППУ «МУЗ/МУЗЫКО»».....	57
1.19	Ткаченко С.А., Салехова С.В. «ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА ИГРОВЫХ СООБЩЕСТВ».....	61
1.20	Тони В.И., Мачай Т.А. «СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ	

	ЭКОНОМИСТОВ».....	63
1.21	Фарамазян Е.И., Теркулов В.И. «АББРЕВИАТУРНАЯ ГРУППА «ГРАФ» В СИНХРОННОМ ОСВЕЩЕНИИ».....	66
1.22	Филипсонова Н.В., Теркулов В.И. «ФОРМАЛЬНО-СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ, ВХОДЯЩИХ В АББРЕВИАТУРНУЮ ГРУППУ «МУЛЬТ»».....	70
1.23	Чатыккаш А., Путрова О.М. «ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНВИСТИКИ».....	74
ЯЗЫК В ПРОСТРАНСТВЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ КОММУНИКАЦИИ. РУССКИЙ ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ		
2.1	Баляба Я., Мачай Т.А. «РЕКЛАМНАЯ ЗАПИСЬ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКонтакте»».....	78
2.2	Барбашов Б.А., Онацкая Н.Г. «ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ».....	80
2.3	Бачевская К.В., Колесниченко Л.В. «РОЛЬ СМИ В РЕЧЕВОМ МАНИПУЛИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ СОЗНАНИЕМ».....	83
2.4	Башилова В.А., Смоленская А.М. «ВЛИЯНИЕ СОЦИУМА НА КУЛЬТУРУ РЕЧИ ШКОЛЬНИКОВ».....	86
2.5	Бондаренко Е.С., Лазарева Л.К. «ЗАИМСТВОВАНИЯ В ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЕ «НАИМЕНОВАНИЯ ВИДОВ ОДЕЖДЫ»».....	89
2.6	Бондаренко М.А., Мачай Т.А. «РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКонтакте»».....	94
2.7	Братченко В.А., Балко М.В. «ЯЗЫК В ПРОСТРАНСТВЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ».....	96

2.8	Васильева В.Е., Статкевич Е.А. «СЕМАНТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В АНГЛИЙСКОМ МОЛОДЕЖНОМ ЖАРГОНЕ»	98
2.9	Вовченко А.А., Ткачёв В.И. «РУССКИЙ ЯЗЫК КАК УНИВЕРСАЛЬНОЕ СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ»	102
2.10	Горбунов Н., Мачай Т.А. «ЯЗЫК ОБЩЕНИЯ ИНТЕРНЕТ- ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ»	104
2.11	Козик Т.В., Назар Р.Н. «ЯЗЫК РЕКЛАМЫ»	107
2.12	Колесникова В., Косяк Н.Н. «РУССКИЙ ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ»	109
2.13	Кордюкова А.С., Смоленская А.М. «КЛАССИФИКАЦИЯ ОШИБОК В СМИ»	113
2.14	Минакова В.С., Митасова Э.Ф. «ФОРМА ПЕЧАТНОГО СМИ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ»	116
2.15	Насонова М.А., Смоленская А.М. «ПОПУЛЯРНЫЕ РЕЧЕВЫЕ ТЕХНИКИ НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ»	119
2.16	Овсяная Е.С., Гладкая Н.В. «ФОРМЫ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ»	122
2.17	Пидварко Д.Ю., Миронкина С.В., Юрьева Е.В. «ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, ПОСЛОВИЦЫ, ПОГОВОРКИ КАК ОТРАЖЕНИЕ ДУХОВНЫХ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ (на примерах из русского и английского языков)»	125
2.18	Утка М.А., Салехова С.В. «СПЕЦИФИКА ОБРАЗОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: ФАМИЛИИ МОЕГО РОДА»	128
2.19	Филатова Р.С., Буренкова С.В. «ЛЕКСИКА ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЫ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ: ОБОЗНАЧЕНИЯ ГОСТИНИЦ»	131

2.20	Харченко Д.А., Мачай Т.А. «РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ «НА СТЕНАХ» СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКонтакте»»	134
2.21	Щербакова К.А., Червонная Л.И. «ЯЗЫК КАК ВЕДУЩЕЕ СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ»	136

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННОГО
ТЕКСТА: ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА, ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.
ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ПОЭТИЧЕСКОГО ТЕКСТА:
ЗВУК, СМЫСЛ, КУЛЬТУРА, ЛИЧНОСТЬ**

3.1	Аношина Я.В., Панчехина М.Н. «ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПИСАТЕЛЯ В РОМАНЕ М.А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»»	140
	Земцова В.С., Панчехина М.Н. «ПРИВЕТСТВИЕ» И «ПРОЩАНИЕ» КАК РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ В РОМАНЕ М.А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»	142
3.2	Лазарева В.И., Юрьева Е.В. «МИСТИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Н. В. ГОГОЛЯ»	145
3.3	Лапина В.М., Панчехина М.Н. «РЕЧЕВОЙ ЖАНР «ШУТКА» И ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗА А.П. ЧЕХОВА «ШУТОЧКА»)»	150
3.4	Литичевская М.А., Панчехина М.Н. «К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ «РЕЧЕВОЙ ЖАНР» В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОИЗВЕДЕНИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО «ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ»)»	152
3.5	Марченко А.С., Курмакаева Н.П. «ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ДОНЕЦКОГО ПОЭТА»	155
3.6	Мирза М.Н., Теркулов В.И. «СКАЗКА О ПАСТУШОНКЕ ПЕТЕ, ЕГО КОМИССАРСТВЕ И КОРОВЬЕМ ЦАРСТВЕ» С. А. ЕСЕНИНА В ЛИНГВОПОЭТИЧЕСКОМ ИЗМЕРЕНИИ»	158

3.7	Овчаренко А.И., Кайдаш Н.Н. «НЕМАРКИРОВАННАЯ ЦИТАТА И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ СМЫСЛ»	162
3.8	Пастухова А.О., Колесниченко Л.В. «АНЕКДОТ КАК ЖАНР УСТНОГО НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА: ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ»	164
3.9	Польшина А.Д., Панчехина М.Н. «АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ УЧИТЕЛЯ СЛОВЕСНОСТИ В ТВОРЧЕСТВЕ А.П. ЧЕХОВА (НА МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗОВ «УЧИТЕЛЬ», «УЧИТЕЛЬ СЛОВЕСНОСТИ», «ЧЕЛОВЕК В ФУТЛЯРЕ»)»	167
3.10	Скилевая А.С., Панчехина М.Н. «ПОНЯТИЕ «КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ» В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ»	169
3.11	Руцкий С.И., Лазарева Л.К. «О ФОЛЬКЛОРНОЙ ОСНОВЕ ПОВЕСТИ Н. В. ГОГОЛЯ «СТРАШНАЯ МЕСТЬ»»	172
3.12	Шабанова И. А., Панчехина М. Н. «К ВОПРОСУ О РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ ПОЭТИЧЕСКОЙ МОЛИТВЫ В ЛИРИКЕ А.А. АХМАТОВОЙ»	175
3.13	Шевкопляс А. М., Панчехина М.Н. «ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА В. НАБОКОВА «ОТЧАЯНИЕ»)»	177

ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

УДК 81'342.82

ОСОБЕННОСТИ РУССКОЙ АКЦЕНТУАЦИИ (на материале донецкого диалекта)

*Афанасьева Виктория Юрьевна,
Фахурдинова Таисия Викторовна,
студентки 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»*

Раздел языкознания, который изучает особенности и функции ударения, называется *акцентологией* (от лат. *accentus* – ударение).

Акцентуация – это выделение посредством ударения отдельных элементов в слове или фразе.

Цель данной работы – ознакомиться с акцентологическими нормами русского литературного языка; рассмотреть особенности акцентуации на материале донецкого говора; изучить наиболее распространенные ошибки региональной акцентуации и причины их возникновения.

В отличие от большинства других языков мира, ударение в русском языке *свободное*. Так, в английском языке ударным бывает только первый слог, в польском – предпоследний, в армянском и французском – последний. Такое ударение называют *фиксированным*. В русском же языке ударение может падать на любой слог, поэтому его называют *разноместным*. При сопоставлении места ударения в словах (например, *мЕра, замЕтка, обеспЕчение, сантимЕтр*) очевидно, что в них оно падает на разные слоги. Разноместность делает ударение в русском языке индивидуальным признаком каждого отдельного слова.

Одним из отличительных свойств ударения в русском языке является его особенность быть *подвижным* и *неподвижным*. Эти свойства проявляются при изменении формы слова. Если в различных формах слова ударение падает на один и тот же слог, то ударение является *неподвижным*. Например: *кнИга, кнИги, кнИге, кнИгой, о кнИге* – в этом слове ударение закреплено за первым слогом.

Ударение, меняющее своё место в разных формах одного и того же слова, называется *подвижным*. Например: приИбыл, прибылА; взяТЬ, взялА; Орден, орденА; семьЯ, сЕмьи; начАть – нАчал. Большая часть слов русского языка имеет подвижное ударение.

Ударение в русском языке выполняет различные функции:

1) меняет семантику слов: зАмок – замОк; Атлас – атлАс; клЕщи – клещИ; мукаА – мУка; вЕсти – вЕсти; зАпах – запАх; харАктерный – характЕрный;

2) может указывать на грамматическую форму слова: рУки – именительный падеж множественного числа, а рукИ – родительный падеж единственного числа; вОды – именительный падеж множественного числа, а водЫ – родительный падеж единственного числа; длИнная – полная форма прилагательного, а краткая – длиннаА; полная – полнаА.

В некоторых словах существуют варианты нормы в постановке ударения. В таком случае говорящий может использовать любой из них, поскольку оба варианта не нарушают норму и считаются литературными. Например: ржавЕть – ржАветь; бАржа – баржА, Искристый – искрИстый; лОсось – лосОсь; творОг – твОрог; мЫшление – мышлЕние [3, с. 32].

Ошибки в постановке ударения могут привести к искажению смысла высказывания. Известен такой пример, когда зрителям одной из телепередач о творчестве испанских художников было показано полотно, на котором были изображены берег реки, деревья с пышными кронами, через которые просвечивалось ясное небо и зелень других экзотических растений. Под одним из деревьев сидел в глубокой задумчивости монах. Ведущий поведал, что эта картина называется «Отшельник в пустЫне», чем вверг зрителя в недоумение: при чем тут пустыня? А дело было в том, что ведущий неправильно поставил ударение в слове пУстыня и получилось несоответствие между услышанным и увиденным. Художник-то изобразил не выжженную солнцем землю, а уединенное место, где скрылся от людской суеты отшельник для общения с Богом: не в пустЫне, а в пУстыни [2, с. 16].

Следует отметить, что носители современного русского языка при постановке ударения стремятся к ритмическому равновесию. Это означает, что во многих словах ударение ставят ближе к середине слова или во второй его части. Однако такая тенденция появилась только в XX веке. Ранее ударение ставили на первый слог. Именно поэтому многие слова, особенно устаревшие, в орфоэпических словарях всё ещё сохраняют ударение в начале слова.

Как известно, по произношению можно определить происхождение человека или принадлежность его к определённой местности.

У жителей города Донецка сложился своеобразный говор, который отличается своими особенностями. Так, дончане произносят мягкий звук «г», приближенный к «х», уникальное «шо» и употребляют различные местные слова (*кулёк, тремпель, буханка, таранка, толчёнка, купорка, бурса, посадка, скибка* и др.). Многие донецкие диалектизмы возникли на основе речи

шахтёров (*тормозок, бутылёк, коногонка*) или заимствованы из украинского языка (*буряк, гарбуз, паска*).

Дончане произносят слова нараспев. За время произнесения одной цельной фразы они обычно делают три – четыре интонационных ударения. Как правило, акцентом выделяют второстепенные, а не главные члены предложения. По нормам русского языка положено повышать голос перед запятой. Жители Донецка, напротив, до запятой интонацию обычно понижают, причём после неё делают небольшую паузу.

Ещё одна отличительная черта – разграничение интонацией каждого слова (так называемые «рубленные слова»). Не слишком приятной особенностью является произношение слов с «закрытым ртом», т.е. нечётко, что затрудняет восприятие речи слушателем. Говорение в нос или «мычание» большинство дончан восполняют громким произношением, перекрывая неразборчивость силой звука. Характерно также сокращение гласных звуков в наиболее употребляемых словах. Так, «пожалуйста» (литературное звучание [пажалуста]) превращается в «пжлста», а «спасибо» ([спасиба]) в «спсиб» [1].

Как показывают наши наблюдения, наиболее часто дончане допускают такие акцентуационные ошибки: похожА, красивЕе, звОнит, удобнЕе, туфлЯ, тортЫ, укрАинский, стЕнами, сливОвый, этАжами, грАффити, прОцент, дОлбит, сантИметр, окОн, арахИс, жАлюзи, кухОнный, значИмость, черпАть, бородУ, маркиРовать, латтЕ, глясе, тирамИсу, грушЕвый, свеклА, щАвель, фалафЕль, бармЕн, Арбуз, цЕпочка, подошвА, осУжденный, обеспечЕние, зАвидно, феномЕн, килОметр, новорОжденный, рАкушка, искрА, бюллетЕнь, бАловать, вечЕря, воспрИнять, генЕзис, гофрИрованный, жЕрло, заплесневЕть, зУбчатый, квАртал, маркЕтинг, намерЕние, нАчать, Оптовый, откупОрить, прОстыня, страховщИк, танцовщИк, тотчАс, икОнопись, фЕтишь, рефлесИя, флюорографИя, сИроты, апОстроф, Асбест, бензопрОвод, ветеринарИя, диОптрия, мозАичные, отрОчество, одноврЕменный.

Часто дончане неправильно произносят имена собственные: СиднЕй, СтаврОпольский край, БалАшиха, ПикАссо, Шри-ЛАнка, БАльмонт, СэлинджЕр, РембрАнт, БернАрд Шоу, Дмитрий ГлуховскИй, ВологдА, ОрсОн Скотт Кард, ДэниЕл Киз, ДорчЕстер, Сергей ТармашЕв, КаргОполь, НазаАрет, ИванОво (город в Ивановской области РФ), ТерЕнс Пратчетт и др.

В большинстве случаев акцентуационные ошибки возникают из-за незнания значения слова, лексической сочетаемости слов, употребления многозначных слов, появления новых слов и употребления устаревших форм.

Таким образом, донецкий говор отличается яркостью, эмоциональностью и особым колоритом. Тем не менее приоритетной целью в формировании культуры речи каждого человека должно стать правильное произношение. Грамотная речь всегда приятна на слух и создаёт мнение о культуре и степени образованности личности.

Литература

1. Донецкий акцент или украинский язык [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://062.ua/news/v-donecke/20319-doneckiy-akcent-ili-ukrusskiy-yazyk>
2. Каменская О. Г. Русский язык и культура речи : учеб. пособ. для студентов / О. Г. Каменская, Р. А. Кан, Е. Т. Стрекалова, М. Н. Запорожец. – Тольятти : Изд-во Тольяттинского государственного университета, 2005. – 99 с.
3. Райская Л. М. Лекции по русскому языку и культуре речи / Л. М. Райская. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2009. – 148 с.

УДК 81.42

ОНОМАСИОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ, ОБОЗНАЧАЮЩИХ ЛИНЕЙНЫЕ ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ОБЪЕКТЫ.

*Брацун Дарья Александровна,
студентка II курса филологического факультета;
Теркулов Вячеслав Исаевич,
зав. кафедрой русского языка ДонНУ,
доктор филологических наук, профессор
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Цель: определить ономасиологические модели эквивалентности сложносокращенных слов на примере ономасиологического класса «пространственные объекты» подкласса «линейные объекты».

Задачи:

- 1) уточнить понятие «ономасиологический класс»;
- 2) определить границы ономасиологического класса «пространственный объект» и его ономасиологические подклассы;
- 3) дать дефиницию понятия «ономасиологическая модель»;
- 4) определить формальные модели эквивалентности аббревиатур ономасиологического подкласса «линейные объекты»;
- 5) выявить основные типы базисов подкласса «линейные объекты»;
- 6) изучить типы признаков подкласса «линейные объекты» на основе семантических падежей.

Актуальность исследования обусловлена тем, что проблема описания ономасиологического класса, объединяющего единицы, обозначающие однотипные референты, не получила достаточного освещения в научной литературе. Один из факторов актуальности работы – необходимость

создания методик формирования словарных статей «Толково-эквивалентностного словаря сложносокращённых слов русского языка», создаваемого в Экспериментальной лаборатории исследований тенденций аббревиации при кафедре русского языка ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». Определение особенностей формирования ономаσιологических классов может быть использовано как основа для создания приёмов прогнозирования эквивалентностных отношений в гнёздах эквивалентности сложных слов.

Объект исследования – сложносокращённые слова (ССС) со значением пространственных объектов. Под СССР понимаются слова, «включающие в свой состав неинициальный абброконструкт» [6], напр.: *автодорога, велополоса*.

«Ономаσιологический класс (ОК) – это объединение однотипных единиц для обозначения однотипных реалий» [4, с. 383]. Это такая совокупность номинатов, в которой единый тип представленности знаний (характеристика признака) реализован в одном соответствующем грамматическом классе единиц одинаковым структурным способом.

Пространственным объектом мы называем физические объекты, которые существуют в заданной системе координат. ОК «пространственные объекты» включает три подкласса наименований:

- 1) точечные объекты, «каждый из которых расположен только в одной точке пространства» [2] (напр.: *админздание, морпорт* и т.п.);
- 2) площадные объекты, которые при заданном масштабе имеют и длину и ширину (напр.: *техноустановка, абонпункт* и т.п.);
- 3) линейные объекты – «одномерные в координатном пространстве» [2] (напр.: *велодорожка, автошоссе* и т.п.).

Мы рассматриваем СССР, которые формируют ОК со значением линейных объектов.

По картотеке первых двух томов «Толково-эквивалентностного словаря сложносокращённых слов русского языка» обнаружено 84 СССР, образующих ОК со значением «пространственный объект» (подкласс «линейный объект» – 24).

Описание различных типов сложных слов включает:

- 1) описание модели эквивалентной единицы (конструкции);
- 2) описание модели СССР в соответствии с соотношением ее конструкторов с конструктами эквивалентной единицы.

Модель эквивалентной единицы (конструкции) учитывает параметры, релевантные характеристикам СССР. В ней указывается на:

- «количество компонентов продуцирующей единицы (конструкции);
- там, где их больше одного – на тип связи между ними, порядок их следования, грамматические характеристики» [1].

По количеству компонентов, рассматриваемые единицы подразделяются на:

- двухкомпонентные (44 примера; 52,38%), (напр.: *велосипедная трасса – велотрасса* и т.п.);

- трёхкомпонентные (со служебными словами), (37 примеров; 44,05%), (напр.: *дорога для автомобилей – автодорога* и т.п.);

- четырёхкомпонентные (из знаменательных и служебных слов), (3 примера; 3,57%), (напр.: *проезд для автомобильного транспорта – автопроезд* и т.п.).

Базовой единицей эквивалентной интерпретации является дешифровальный стимул (далее – ДС), который представляет собой «стереотип расшифровки абброконструкта, т.е. слово или словосочетание слов, являющееся эквивалентом абброконструкта и использующееся для его замены в эквивалентном словосочетании» [6, с. 19]. Обычно абброконструкт имеет несколько ДС (например, для абброконструкта **велo** нами отмечаются ДС *велосипедный, велосипедов, велосипеда, для велосипеда, на велосипед, велоспорта, велосипедного спорта, к велосипеду, по продаже велосипедов* и т.д.), что создаёт возможность формирования множественной синхронной эквивалентности аббревиатуры.

Синхронное описание ССС включает две процедуры:

- 1) формально-структурный анализ;
- 2) семантико-ономасиологический анализ.

Цель ономасиологического анализа сложных наименований – рассмотреть семантику производного в терминах ономасиологических, понятийных категорий.

Ономасиологическая модель – это схема формирования номинативных единиц и их реализаций – результатов, соответственно, языковой и речевой номинации [3]. Е.А. Селиванова определяет ономасиологическую модель на основании следующих признаков:

- 1) общего смысла ономасиологического базиса (формантной структуры);
- 2) конкретного содержания двух или более ономасиологических признаков (отсылочной части);
- 3) их валентного потенциала и смысловой связи;
- 4) типа отношений между базисом и признаком [5, с. 20].

Ономасиологическая структура слова включает в себя два основных компонента:

а) ономасиологический базис, который, являясь родовым понятием, отсылает нас к определенному понятийному классу;

б) ономасиологический признак, характеризующий видовую соотнесённость референта внутри обозначенного класса явлений.

Для подкласса «линейные объекты» нами обнаружены следующие ономасиологические базисы: **аллея**: *VELOALLEA* – 1 пример, 4,17% от общего числа ССС (далее: 1; 4,17%); **бульвар**: *VELOBULVAR* (1; 4,17%); **дорожка**: *VELODOROZHKA* (1; 4,17%); **зимник**: *VELOZIMNIK* (1; 4,17%); **зона**: *VELOZONA* (1; 4,17%); **линия**: *VELOLINIA* (1; 4,17%); **полоса**: *VELOPOLOSA* (1; 4,17%); **проезд**:

автопроезд (1; 4,17%); **тракт**: *автотракт* (1; 4,17%); **дорога**: *автодорога, велодорога* (2; 8,33%); **коридор**: *автокоридор, гумкоридор* (2; 8,33%); **магистраль**: *авиамаги-страль, автомагистраль* (2; 8,33%); **маршрут**: *авиамаршрут, альпмаршрут* (2; 8,33%); **путь**: *авиапуть, автопуть* (2; 8,33%); **шоссе**: *автошоссе, велошоссе* (2; 8,33%); **трасса**: *авиатрасса, автотрасса, велотрасса* (3; 12,5%).

В нашем исследовании мы выделили 4 ономаσιологических признака, которые реализуются в следующих моделях:

1. Модель «линейный объект + квалификатив», ономаσιологический признак указывает на принадлежность объекта к определенному классу (30 примеров: *авиатрасса – авиационная трасса, автодорога – автомобильная дорога, велозона – велосипедная зона* и т.д.).

2. Модель «линейный объект + дестинатив», ономаσιологический признак указывает на назначение лица, предмета, явления (38 примеров: *автодорога – дорога для автомобилей, альпмаршрут – маршрут для альпинистов, велошоссе – шоссе для велосипедистов* и т.д.).

3. Модель «линейный объект + инструменталис», ономаσιологический признак, указывает на объект, являющийся орудием для выполнения действия (7 примеров: *автопуть – путь на автомобиле, автопуть – путь на автотранспорте* и т.д.).

4. Модель «линейный объект + посессив», ономаσιологический признак указывает на принадлежность объекта кому-либо/чему-либо (9 примеров: *велоаллея – аллея велосипедистов, велодорога – дорога велосипедов* и т.д.).

Вывод. Были рассмотрены ССС, формирующие ОК «пространственные объекты». В первых 2-х томах «Толково-эквивалентностного словаря сложносокращённых слов русского языка» обнаружено 84 ССС, образующих ОК со значением «пространственные объекты» (подкласс «линейные объекты» – 24). Нами установлено 16 ономаσιологических базисов данного подкласса. В рассмотренных ССС выявлено 4 ономаσιологических признака. В последующих исследованиях мы предполагаем определить общую модель эквивалентности, включающую формальную и семантическую составляющие.

Литература

1. Блюмина О.В. Субстантивные композиты со значением процессуальности в русском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02 / О.В. Блюмина/ Горл. гос. пед. ин-т иностр. яз. – Горловка, 2010 – 341 с.

2. Географические Информационные Системы. Основы: Пер. с англ. – М: Дата+, 1999. – 490с.

3. Дьячок Н.В. Критерии определения понятия «ономаσιологическая модель» для номинатива типа «словосочетание + эллиптический универб» / Н.В. Дьячок // Наукові записки. Серія «Філологічна». Вип. 26. – Острог: Національний університет «Острозька академія», 2012. – С. 96 – 99.

4. Дьячок Н.В. Универбация в русском языке: структурно-семантическое и ономаσιологическое описание / Н.В. Дьячок // Дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.02. – Киев, 2015. – 522 с.

5. Селіванова О.О. Субстантивні композити в українській та російській мовах / О. О. Селиванова // Мовознавство. – 1992. – № 6. – С. 19-22.

6. Теркулов В.И. Сложносокращённые слова: Синхронный и диахронный аспекты описания / В.И.Теркулов // Рукопись. – 2017 – №6. – С. 73-97.

УДК 811.161.1.271

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОЛОГИИ ЯЗЫКА В РЕЧЕВОМ ЭТИКЕТЕ

*Гилёва Анастасия Олеговна,
студентка 1 курса факультета компьютерных
информационных технологий и автоматики;*

*Вергелес Елена Александровна,
ассистент кафедры русского языка*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

В наше время понятие "экология", которое в начале касалось лишь природы, ее защиты от человеческой деятельности, приобретает другую мотивацию. Её очерчивают такие смыслы как "экология культуры", "экология мышления", "экология слова", "экология языка" и тому подобное.

Экология научного знания - закономерный процесс в формировании экологического мышления, сущностью которого является осознание, подстройка действий под законы биосферы [5, с.67]. Начало XXI века вошло в историю как эпоха изучения разнообразных экологических проблем, которые общество ставит перед собой. Термин "экология" ввел в 1866 году Эрнст Геккель (нем. естествоиспытатель и философ) для определения новой дисциплины в составе биологии как общей науки о взаимодействии организмов в среде.

Термин "экология языка" возник сравнительно недавно. Понятие "экология языка" ввел американский лингвист Е. Хауген в 1970 году. "Экология языка" изучает взаимодействие языка с окружающими факторами с целью сохранения самобытности отдельного языка и поддержки языкового многообразия. Подобно тому, как экология влияет на взаимодействие живых организмов между собой, "экология языка" изучает влияние языков друг на друга и их взаимодействие с внешними факторами. Экологические проблемы в

природе могут ухудшить здоровье людей, проблемы экологии языка могут привести к деградации человека, для которого этот язык родной. Упадок родного языка является следствием обнищания народа. Если человек четко, логично мыслит, то и речь у него понятная, логичная. Речь красива тогда, когда она наиболее полна и точна в передаче мыслей и в воссоздании образов, легко воспринимаемых окружающими, т.е. всем понятна.

Таким образом, важнейшим заданием каждого развитого общества, наряду с заботой о сохранении природных богатств и приумножением ценностей духовной культуры, должна быть постоянная забота об экологии языковой среды. В.фон Гумбольдт считал, что «в действительности язык развивается только в обществе, и человек понимает себя настолько, насколько опытом установлено, что его слова понятны и другим» [3, с.99].

Экология языка имеет ярко выраженный социолингвистический характер, поскольку она рассматривает взаимоотношение между словом и окружающим миром (word and world), то есть взаимозависимость между языком и членами общественных групп, а также применение лингвистического кода в разных социальных ситуациях и обстоятельствах. В современной социолингвистической теории ее трактовку можно найти в работе Дж. Лемке "Текстовая политика. Дискурс и социальная динамика": "Когда мы думаем о влиянии в социальном мире, то представляем власть, которая дает возможность делать такое: покупать и продавать, делать зло или добро, физически и эмоционально. Во всех этих проявлениях язык часто играет решающую роль".

Следовательно, язык как наивысшее проявление культуры, то есть совокупность результатов и процессов социальной деятельности человека, является динамическим явлением, которое отражает политическое и экономическое состояние развития общества.

Литературная речь, в отличие от диалектной и просторечной, подчинена общепринятым нормам, стандартам. Люди должны говорить и писать не как кому заблагорассудится, а придерживаться определенных образцов, регламентаций. Общение – это одно из проявлений социального взаимодействия. В его основе лежит обмен мнениями, оценками, чувствами, волеизъявление с целью информирования, эмоционального влияния, побуждения к совместной деятельности и тому подобное. Материально общение имеет два вида, которые реализуются по большей части одновременно: вербальное (лат. *verbum* - "слово"), то есть словесное, и невербальное - взглядами, мимикой, жестами, искусственными условными знаками и др. Невзирая на все разнообразие несловесных знаков общения и увеличения их числа с развитием цивилизации, основным средством коммуникативной связи между людьми остается язык.

Языковой этикет - это система стандартных, стереотипных словесных формул, употребляемых в ситуациях, которые огромное количество раз повторяются в повседневности: приветствие, прощание, извинение, приглашение, пожелание и тому подобное. Эти формулы в процессе вещания не создаются, а воссоздаются, и это облегчает общение. Человеку нет потребности каждый раз выдумывать что-то новое - он использует готовые словесные штампы, клише, которые отвечают типичной ситуации. Несмотря на шаблонность этикетных фраз и отчасти ритуальный характер их применения, языковой этикет имеет большое значение для жизнедеятельности общества и для функционирования языка. Здесь наиболее заметно и наглядно проявляется состояние языковой культуры, духовных ценностей, характер взаимоотношений между людьми. Это именно та сфера языковой культуры, к которой имеют причастность члены общества, принадлежащие к самым разнообразным категориям. Языковой этикет в своем вербальном и невербальном проявлениях - явление общечеловеческое. В то же время ему всегда присущи этнические особенности, национальное своеобразие. Это вызвано, с одной стороны, спецификой природно-климатических условий, способами ведения хозяйства, контактами с другими народами, влиянием религии, а с другой - "душой народа", его нравом, темпераментом, ментальностью, национальным характером.

На поведение людей не в меньшей мере влияет и "антиэтикет": вульгаризмы, брань, проклятия и тому подобное, которые дают возможность оскорбить, унижить, пожелать зла. Если бы таких антиэтикетных единиц не существовало в языке, то, наверное, их не было бы и в сознании людей. Человек не имел бы готовых рече-поведенческих моделей, средств выражения недоброго, непорядочного отношения к другим людям, так сказать, инструментария антиэтикетности. Орудие - это опредмеченная функция, и когда нет орудий, то функция по большей части не выполняется. Речь идет не так о выражении негативных эмоций (гнев, возмущение, обида и тому подобное), как об употреблении инвектив (лат. *invectiva (oratio)* - "ругательная (речь)", от *invehor* - "нападаю"), то есть непристойных слов и выражений.

Поскольку не только человек овладевает языком, но и язык овладевает человеком, то употребление вульгаризмов, брани со временем становится привычкой, а тогда и потребностью души - как отдельного человека, так и социальной группы, поколения, целого народа. Поэтому «речевой добропорядочности» уделяется первостепенное внимание. Поскольку отношения между людьми по большей части развиваются благодаря общению, то в фольклоре достаточно большое внимание уделяется языку и вещанию.

В богатейшей сокровищнице народной мудрости найдены советы, предостережение относительно ценности родного языка. Все это передается и отшлифовывается веками. Справедливые, порою остроумно сформулированные народные оценки, правила и советы имеют познавательный смысл. Их надо знать, ими надо пользоваться. *Кто своего языка чурается, то сам себя стесняется. Какой человек, такой и язык. Говори с другими поменьше, а с собой побольше. Не всегда говори, что знаешь, а всегда знай, что говоришь. Нет более глухого чем тот, кто не хочет слушать. Будь добрым слушателем - будешь добрым пересказчиком. Беда говорливому, и не хорошо и молчаливому. Лучше недоговорить чем переговорить. Или умное говорить, или совсем молчать. Тысячу раз пожалеешь, что сказал, а раз - что смолчал.*

Следовательно, одно из основных заданий каждого языкового общества - приумножать ценности духовной культуры и постоянно беспокоиться об экологии языковой среды.

Литература

1. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М.: Логос, 2003. — 304 с.
2. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / В.фон. Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1984. – 400 с.
3. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человеческого рода // Звегинцев В.А. История языкознания XIX и XX веков в очерках и извлечениях. – М., 1960.– Ч. 1.
4. Нурушева Д.А. Эколингвистика как раздел языкознания // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 5-4. – С.890-893.
5. Полухин А.А. Современное языкознание и экологическое мышление / А.А. Полухин // Опыты – 2008: сб. науч. работ. Преподавателей и студентов фак. филологии.– СПб.: РИОГПА, 2009 – С. 65-73.

ЗНАЧЕНИЯ ЛЕКСЕМ «ЛЮБОВЬ» И «САМОВЛЮБЛЕННОСТЬ»

*Губарь Никита Витальевич,
студент I курса факультета компьютерных наук и технологий;
Юрьева Елена Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Почему в сознании большинства из нас слово «самовлюбленность» вызывает не лучшие ассоциации? Да просто потому, что многие не знают или неправильно понимают все значения этого слова. Ещё до того, как человек начнёт по-настоящему думать, его память выдаст такие синонимы, как «самодовольство», «эгоизм», «самообожание», «нарциссизм», «самолюбование». Кроме того, мы вспоминаем следующие афоризмы, пословицы и цитаты: *«Очистить сердце от высокомерия, которое глубоко засело в нем, намного сложнее, чем сдвинуть горы», «Если самолюбие – проявление гордости, то самовлюблённость – проявление эгоизма и тупости»* или *«Человек, который любит себя, всегда знает себе цену. Человек, убежденный в своей бесценности – эгоист»*. А ведь это далеко не все ассоциации этого слова. Довольно часто одно лексическое значение слова подменяется другим. Смена поколений, недопонятая ирония, необъяснённый подтекст – и в результате мы «уродами» называем людей некрасивых, хотя первоначальное значение слова «урода» – это «красота». А «прелесть», например, ассоциируется у нас с чем-то обаятельным, умилительно-восхитительным, несмотря на то, что часть корня «лесть» имеет негативный оттенок. Да и сейчас, как и много веков назад, это слово означает «обман, хитрость, коварство». Из-за развития языка и подобных трансформаций отдельных слов в нашем сознании не всегда формируются правильные представления о тех или иных фактах действительности. В таком случае нам на помощь придет толковый словарь.

Так что же такое *самовлюбленность*? Может быть, это одна из дочерей гордыни? А если в любви к себе нет гордыни, мы можем любить себя как вечную душу, искорку Бога. Разве это не замечательно? Ведь, если человек не любит себя, он и других любить не сможет. Существуют цитаты и пословицы, в которых *самовлюбленность* имеет положительное значение: *«Всяк себе хорош. Всяк сам себе загляденье», «Я не доверяю людям, которые не любят себя»*.

Что же подскажет нам толковый словарь?

«Самовлюблённый – влюбленный в себя, убеждённый в исключительности своей личности, своих внешних данных». Такое значение мы находим в словаре Т. Ф. Ефремовой. Исходя из этого определения, можно сделать вывод, что *самовлюблённость* – это убеждённость человека в своей

уникальности. Уникальность каждого из нас несомненна: человек как совокупность бесконечного количества переменных просто не может быть не уникален. Самовлюблённый человек – это человек, влюблённый в себя. А что значит – влюблённый? Чтобы понять основные атрибуты влюблённости, удобнее всего будет сравнить её с таким близким, но практически противоположным понятием, как «любовь». Что мы понимаем под словом «любовь»? В словаре Т. Ф. Ефремовой находим несколько значений этого слова:

1.
 - 1.1. Чувство глубокой привязанности, преданности кому-л., чему-л., основанное на общности интересов, идеалов, на готовности отдать свои силы общему делу или спасению, сохранению кого-л., чего-л.
 - 1.2. Такое чувство, основанное на инстинкте.
 2.
 - 2.1. Такое чувство, основанное на взаимной симпатии и половом влечении.
 - 2.2. Отношения двух лиц, взаимно связанных таким чувством.
- Перен. разг. Тот, кто внушает такое чувство.
2. 3. Склонность, расположение или влечение к чему-л.

Значит, *любовь* – это что-то глубокое, бесконечно светлое и чистое. *Любить* значит желать человеку блага и всячески стараться его приблизить к себе, это забота о нём и его чувствах. Её главное свойство – самоотверженность. Любящий человек готов на всё ради объекта своей любви, готов даже оставить его, если посчитает, что для любимого человека так будет лучше. При этом разум любящего ясен, он видит все достоинства и недостатки, и готов с ними мириться. Любовь долго зарождается, но практически никогда не угасает. Это мы видим из следующих цитат: *«Удивительно, насколько мало человек ощущает свою нищету, когда он любит», «Нет такого тяжелого труда, который любовь не делала бы не только легким, но даже приятным», «Любовь – это огонь, зажигающий душу», «Всегда кажется, что любят нас за то, что мы хороши. А не догадываемся, что любят нас оттого, что хороши те, кто нас любят»*. А что же такое влюблённость?

В словаре Т. Ф. Ефремовой находим: *влюблённость* – это отвлеч. сущ. по значению прил.: влюблённый.

Значение слова *влюблённый*

1. *м. разг.*
 1. Тот, кто испытывает любовное влечение к кому-л.
2. *прил.*
 1.
 1. Испытывающий любовное влечение к кому-л., любящий.
 2. Выражающий любовь, любовное влечение.

2. Увлеченный, очарованный чем-либо.

Значит, мы можем сделать вывод, что *влюблённость* – это мимолётное чувство, которое, подобно лесным первоцветам, быстро распускается и ещё быстрее умирает. Влюблённость эгоистична. Если любовь можно описать фразой «хочу, чтобы ей было хорошо», то влюблённость можно описать следующей фразой «хочу быть с ней, потому что мне с ней хорошо». Если любовь живёт долго, иногда переживая даже объект любви, то влюблённость не выдерживает никаких проверок и угасает, едва столкнувшись с реальностью. Любят человека таким, каков он есть, т.е. любят не за что-то, а вопреки всему, а влюбляются в идеализированный образ. Позитивные толкования слова «любовь» («любить») мы видим в следующих афоризмах: *«Не быть любимым – это всего лишь неудача, не любить – вот несчастье. Альбер Камю»*, *«Любовь преодолагает все. Вергилий Публий Марон»*, *«Любовь смиряет гордые сердца, учит высокомерных снисхождению, но главное ее свойство – все возвышать и облагораживать. Майн Рид»*, *«Любовь к людям – это и есть те крылья, на которых человек поднимается выше всего. Максим Горький»*, *«Однажды я встретил на улице влюбленного нищего. На нем была старая шляпа, пальто протерлось на локтях, башмаки его протекли, а в душе сияли звезды. Виктор Мари Гюго»* или *«Любить – это находить в счастье другого свое собственное счастье. Готфрид Вильгельм Лейбниц»*.

Итак, *самовлюблённость* – это влюблённость в себя, то есть обожание собственной персоны как идеализированного образа, неприятие своих недостатков как таковых. А подобное отношение к себе никак не может положительно сказываться на развитии личности, ведь одним из основных стимулов к самосовершенствованию является справедливое понимание своего нынешнего состояния, своих знаний и навыков – и закономерное желание их улучшить. Поэтому слово «самовлюбленность» мы чаще встречаем в негативном контексте: *«Обычно больше всех себя любят люди, которых и любить-то не за что»*, *«Ослеплённому собой никакой окулист не поможет»*, *«Я был воспитан в иудаизме, но сейчас обратился в нарциссизм»* или *«Разглядывать себя в зеркале – не лучший способ изучать жизнь»*.

Литература

1. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000.

**ОККАЗИОНАЛЬНЫЕ ПРЕЗЕНТАТИВНЫЕ И
ИНТЕРПРЕТАТИВНЫЕ ДЕШИФРОВАТЕЛЬНЫЕ СТИМУЛЫ
АББРОАФФИКСОИДНЫХ КВАЗИАББРЕВИАТУР**

*Емельянова Ксения Юрьевна,
студентка III курса филологического факультета;
Теркулов Вячеслав Исаевич,
доктор филологических наук,
профессор кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

В основе Толково-эквивалентностного словаря сложносокращённых слов русского языка (далее – Словарь), создаваемого Экспериментальной лабораторией исследований тенденций аббревиации, лежит принцип синхронного подхода к анализу аббревиатур, который предполагает описание отношений между сложносокращённым словом (далее – ССС) и эквивалентным ему словосочетанием в эквивалентных текстах. Используя синхронный подход, составители Словаря нашли и зафиксировали все возможные текстовые дублиеты аббревиатур. Однако некоторые ССС не вошли в словник словаря, что объясняется отсутствием у них регулярных текстовых эквивалентов (далее – ТЭ). Данный тип слов определяется как **абброаффиксоидные квазиабревиатуры**.

Факт отсутствия регулярных эквивалентных словосочетаний не исключает возможности рассмотрения абброаффиксоидных слов на синхронном срезе языка. В результате исследований было определено, что иногда для них обнаруживаются так называемые **окказиональные ТЭ**: в теории «ЭЛИТА» к окказиональным единицам относятся словосочетания, баланс индексов которых превышает отметку 500. К таким единицам следует относить и те словосочетания, которые употребляются менее 100 раз, так как обнаруживаются случаи, когда баланс индексов не достигает отметки 500, но всё же такие словосочетания являются «случайными» эквивалентами ССС, они существуют лишь в пределах малочисленных текстов. Их появление объясняется действием корреляционного стереотипа: каждому ССС соответствует эквивалентное словосочетание.

Появление словосочетания (в том числе и окказионального), «коррелирующего» с аббревиатурой, обусловлено существованием в сознании носителя языка регулярных стереотипов расшифровки абброконструкта, то есть **дешифровальных стимулов** (далее – ДС). Например, *автолетучка* – ДС [квалификатив + объект] – *автомобильная летучка*, *веловездеход* – ДС [квалификатив + объект] – *велосипедный вездеход*.

А.И. Бровцом было предложено выделять два вида ДС «в зависимости от того, как образованный синтаксический эквивалент соотносится с ССС: строго воспроизводит или усложняет его структуру, «калькирует» или модифицирует его семантику» [1, с. 100]: **презентативного** и **интерпретативного**.

Презентативный ДС «реализует грамматически подчинённый ономаσιологическому базису ономаσιологический признак, выраженный адъективно и имеющий обобщённое значение, что обеспечивает нулевую степень интерпретации аббревиатуры» [1, с. 100]. Например, презентативный ДС абброаффиксоидного слова *автолечука* («автомобиль, оборудованный всем необходимым для срочного ремонта машин») реализуется в окказиональном словосочетании *автомобильная лечука*, в котором *лечука* – ономаσιологический базис, *автомобильная* – грамматически подчинённый базису (путём согласования) ономаσιологический признак.

Интерпретативный ДС уточняет значение абброконструкта и в зависимости от способа уточнения разделяется на модификационный и реляционный. Модификационные ДС «включают в свой состав дополнительный ономаσιологический признак, отсутствующий в структуре сложносокращённого слова» [1, с. 100], а реляционные – это «создающие формально релевантные аббревиатуре, совпадающие с ней по количеству ономаσιологических признаков ТЭ, выраженные падежными и предложно-падежными формами, актуализирующими грамматические значения числа и падежа» [1, с. 100]. Например, для слова *автолечука* был найден такой окказиональный ТЭ, как *лечука для ремонта автомобилей*, ДС которого является модификационным интерпретативным, так как в нём отмечается дополнительный ономаσιологический признак (дестинатив), отсутствующий в структуре аббревиатуры (ономаσιологическая модель: [объект + дестинатив + каузатив]). Таким образом, новый для ССС вторичный признак (*для ремонта*) «в структуре модификационного ДС грамматически (путём согласования или управления) переподчиняет себе первый ономаσιологический признак, подчинённый в составе презентативного и релятивного словосочетаний непосредственно базису» [2, с. 163].

Анализируемый окказиональный эквивалент *лечука для ремонта автомобилей* является интересным объектом рассмотрения с точки зрения так называемого **альтернативного варьирования (альтернации)** ономаσιологических признаков. Выделяются **релевантная** и **дублетная альтернации**. В случае с *лечукой для ремонта автомобилей* следует говорить о дублетной альтернации, то есть о наличии «в структуре модификационного ДС новых ономаσιологических признаков, которые семантически не распространяют аббревиатуру, предполагаются и исчерпываются значением её базиса» [2, с. 165]. Иначе говоря, признак *для ремонта* в ДС *лечука для ремонта автомобилей* является неактуальным для модификации, поскольку *лечука* определяется как «полевая авторемонтная мастерская или боевая ремонтно-эвакуационная машина».

Это означает, что данная структура является безальтернативной и здесь можно говорить о «**терминальной синонимии**» [2, с. 166].

Таким образом, при исследовании абброаффиксоидных единиц следует применять модели описания «собственно» аббревиатур. Это расширяет границы «узких возможностей» (на первый взгляд) синхронного анализа данного типа ССС.

Литература

1. Бровец А.И. Модификационный интерпретативный дешифровальный стимул сложносокращенного слова / А. И. Бровец // Материалы Международного молодёжного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2017» / Отв. ред. И.А. Алешковский, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2017.
2. Бровец А. И. Дублетная альтернация модификационного дешифровального стимула аббревиатуры / А. И. Бровец // Русский язык в поликультурном мире: II Международный симпозиум / отв. ред. Е. Я. Титаренко : Сб. науч. статей. В 2-х т. Том 2. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2018. – с. 162–167.

УДК 81'355

ОРФОЭПИЧЕСКИЕ ОШИБКИ В РЕЧИ ДЕЙСТВУЮЩИХ И БУДУЩИХ СОТРУДНИКОВ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ

*Кострица Марина Вадимовна,
курсант II курса факультета криминальной полиции;
Синенко Екатерина Станиславовна,
ст. преподаватель кафедры русского языка и иностранных языков
ГОО ВПО «Донецкая академия внутренних дел МВД ДНР»*

Профессия юриста является одной из самых престижных и востребованных. Несомненно, каждый уважающий себя представитель этой профессии должен быть непревзойдённым мастером ораторского искусства. Для этого ему необходимо знание орфоэпических норм. Соблюдение норм литературного произношения и ударения, или орфоэпии, свидетельствует не только о культурном уровне носителя языка, но и имеет не меньшее значение, чем соблюдение норм письменной речи.

Психологами установлено, что на наше отношение к говорящему сильно влияет правильность расстановки ударений в словах, согласованность падежных окончаний, выбор правильной формы единственного или множественного числа, т.е. то, что называется знанием языковых норм.

Человек, свободно владеющий русским языком, обязан знать языковые нормы, в том числе и орфоэпические, обязан говорить правильно. Правильная постановка ударения – это необходимый признак культуры речи.

Проблемами орфоэпии занимались такие известные ученые, как Р. И. Аванесов, Ф. Л. Агеенко, М. В. Зарва, С. Н. Борунова, В. Л. Воронцова, Н. А. Еськова, Р. В. Хрыслова и др.

Л. Ш. Тлюстен и М. К. Тутарищева выделяют ряд причин, которые препятствуют выработке норм литературного произношения. К таким причинам они относят:

1. Влияние диалекта.
2. Влияние жаргона, сленга: хотя человек знает, как нужно говорить правильно, но произносит иначе, так как такое произношение положительно воспринимается в его окружении.
3. Влияние письма: произносят так, как пишут.
4. Незнание правил орфоэпии: чтобы овладеть нормами литературного произношения, необходимо знать научные основы и правила, которым подчиняется орфоэпия.
5. Автоматизм устной речи [6, с. 78].

Целью нашего исследования является выявление типичных случаев нарушения орфоэпических норм в речи курсантов академии и действующих сотрудников органов внутренних дел.

Достижение поставленной цели предполагало решение следующих задач:

- 1) составить список слов, в которых юристы делают часто ошибки при произношении;
- 2) произвести опрос курсантов и слушателей академии;
- 3) определить наиболее распространенные орфоэпические ошибки в речи будущих юристов и сотрудников правоохранительных органов.

Для проведения исследования был разработан опросный лист, который включал 50 слов, часто употребляемых в юриспруденции. Опрашиваемым предлагалось выполнить два задания: 1) расставить ударения в словах; 2) выбрать правильный ответ произношения слова среди предложенных вариантов.

В ходе проведения исследования было опрошено 229 курсантов Донецкой академии внутренних дел МВД ДНР (141 курсант второго курса; 38 – третьего курса; 50 – четвертого курса) и 120 слушателей – действующих сотрудников правоохранительных органов.

Результат нашего исследования отражен в таблице, в которой мы указали лишь десять наиболее распространенных ошибок в области орфоэпии, допущенных курсантами и слушателями.

Наиболее распространенные орфоэпические ошибки
в речи действующих и будущих юристов

Курсанты		Слушатели	
Слово	Процент(%)	Слово	Процент(%)
1. Сосредоточение	81	1. Опломбированная	89
2. Валовой	81	2. Валовой	88
3. Принудить	80	3. Осведомить	82
4. Истекший (год)	77	4. Премировать	80
5. Квартал (отчет за квартал)	75	5. Квартал (отчет за квартал)	78
6. Опломбированная	74	6. Сосредоточение	73
7. Ходатайствовать	73	7. Осуждённый	69
8. Кровоточащая (рана)	70	8. Обеспечение	69
9. Обеспечение	68	9. Договорный	67
10. Осуждённый	64	10. Незаконнорождённый	65

Из таблицы видно, что обе категории опрашиваемых сделали ошибки в словах *сосредоточение*, *обеспечение* (в отглагольных имена существительных на –ИЕ ударение, как правило, совпадает с ударением в однокоренном глаголе *сосредотОчить*, *обеспЕчить*), *валовой* (в русском языке окончание имен прилагательных –ОЙ всегда ударное), *квартал* в значении «период времени» (следует помнить, что в каком бы значении не использовалось слово *квартал*, ударение в нем всегда падает на последний слог), *осуждённый* (в страдательных причастиях прошедшего времени суффикс –ЕНН обычно ударный), *опломбированная* (дверь).

Также к типичным можно отнести ошибки в словах: *афера* (62 %), *вменишь* (в вину) (60 %), *прибыть* (57 %), *страховщик* (56 %), *диспансер* (53 %), *юриспруденция* (48 %).

Следует отметить, что одним из слов, в которых большая часть юристов допускает ошибки, является слово *договор*. 52 % курсантов сделали эту ошибку. В словаре С. И. Ожегова правильное написание и произношение этого слова в единственном числе *договОр*, во множественном – *договОры*. Некоторые ученые утверждают, что проще всего запомнить правильное произношение слова, если воспринимать его как часть группы однотипных терминов. Например: *договОр* – *приговОр* – *разговОр*.

Также довольно распространенной ошибкой является произношение слова *возбУждено* вместо правильного *возбужденО*. 60 % курсантов и 58 % слушателей допустили в нем ошибку.

К довольно частотным ошибкам можно отнести неправильное ударение в слове *умерший*. Следует запомнить, что у глагола *умерЕть*, за исключением формы *умЕрший*, ударение падает на корневую гласную.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что, к сожалению, на сегодняшний день у большинства людей, задействованных в

юридической сфере, отсутствует или не до конца сформировано понятие об орфоэпии. Многие привыкли говорить на диалекте, который распространен в нашем регионе проживания, искажая слова и ставя ударение совсем не там, где нужно. Чтобы не допускать орфоэпические ошибки, следует чаще обращаться к орфоэпическому словарю и словарю ударений, запоминать верное произношение слова и, конечно же, не стесняться говорить правильно.

Литература

1. Аванесов Р. И. Орфоэпический словарь русского языка: Произношение, ударение, грамматические формы / Р. И. Аванесов. – М.: Русский язык, 2001. – 688 с.
2. Аванесов Р. И. Русское литературное произношение / Р. И. Аванесов. – М.: Русский язык, 1988. – 704 с.
3. Ивакина Н. Н. Профессиональная речь юриста / Н. Н. Ивакина. – М.: Норма, 2008. – 448 с.
4. Иванова Т. Ф. Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы / Т. Ф. Иванова. – М.: Русский язык - Медиа, 2005. – 893 с.
5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. — 4-е изд., дополненное. — М.: Азбуковник, 1999. — 944 с.
6. Тлюстен Л. Ш. Учимся говорить правильно : Пособие по орфоэпии для учителей и учащихся нач. классов, студентов пед. фак. / Л. Ш. Тлюстен, М. К. Тутаришева. – Майкоп : Аякс, 2003. – 147 с.
7. Черняк В. Д. Русский язык и культура речи / В. Д. Черняк. – М.: Издательство Юрайт, 2015.

УДК 81'44

СЕМИОТИКА ЖЕСТОВОГО ОБЩЕНИЯ КАК ВЫРАЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА

*Левина Татьяна Константиновна,
студентка I курса инженерно-экономического факультета;*

*Юрьева Елена Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

*«Жесты человека, подобно его зубной щетке,
должны быть сугубо индивидуальными»*

Дейл Карнеги

Что же имел ввиду Дейл Карнеги, сравнивая один из способов невербального общения и привычное средство гигиены?

Старинная русская поговорка гласит: «Встречают по одежке». Трудно не согласиться с тем, что мы уделяем большое внимание внешнему виду нашего нового знакомого. Однако в памяти сохраняются лишь мелкие детали: легкий аромат парфюма, тембр голоса, яркие акценты наряда и, конечно, мимолётные движения рук.

Жесты являются невербальным отражением личности. Беспристрастность и строгость (иногда даже агрессию) в человеке выдают крепко сжатые кулаки, нервозность – слегка подрагивающие ладони, неуверенность – дрожь пальцев, а уверенность в себе – сцепленные руки за спиной.

Многим знакомо чувство, когда слов недостаточно для того, чтобы точно и ярко выразить свою точку зрения. В таких случаях жесты помогают расставить правильные акценты, подчеркнуть значимые моменты, усилить воздействие на слушателей.

Жестикуляция – это сложная и интенсивная кинетическая активность говорящего человека. Она возникает только тогда, когда человек активно разговаривает с другими людьми (А. Кендон). Речи соответствует определенный паттерн кинетического действия. Различные речевые единицы внутри реплики соотносятся с различными движениями рук. Таким образом, процесс речевого выражения осуществляется одновременно в двух формах активности: речевых органов и движений тела. При этом фразы жестикуляции предшествуют соответствующим речевым отрезкам, в связи с чем А. Кендон предполагает, что процесс речевого выражения (возникновение внутриречевого звена конкретного отрезка громкой речи) начинается одновременно с жестовым. Отмечается и определенная связь интонации высказывания с кинетической организацией поведения.

Жестикуляция становится более интенсивной в случаях эмоционального подъема или волнения говорящего, а также при его доминировании в процессе общения. Она усиливается и тогда, когда «обратная связь» со слушателем «не замыкается» на говорящем или он сам испытывает затруднения в объяснении чего-либо (П. Экман, В. Фризен). Она спонтанна и непосредственна, и человек обычно едва ли осознает, что он жестикулирует.

Необходимо запомнить несколько основных правил пользования жестами, которые приводят в своих работах А. Пиз, П. Сопер, Д. Карнеги, М. Сперанский, А. Кони:

- 1) жесты должны быть естественными, произвольными и органичными: нельзя прибегать к механической жестикуляции; жест должен совпадать с ритмом выступления (интонацией, ударениями, паузами), что достигается только благодаря увлеченности и свободному владению текстом;
- 2) не каждая фраза нуждается в подчеркивании жестом;

3) жесты не должны быть однообразными, нельзя пользоваться одним и тем же жестом на протяжении всего выступления;

4) количество и интенсивность жестов должны соответствовать внутреннему состоянию оратора, его темпераменту, теме речи и составу аудитории (например, взрослые в отличие от детей предпочитают умеренную жестикуляцию).

Наполеон, сложивший руки на груди, – привлекательный и понятный окружающим. Но не все так харизматичны, как великий полководец. С трудом можно поверить в открытость того, кто при личной беседе держит руки, скрещенными на груди: одни в такой позе кажутся агрессивными, другие – самоуверенными и наглыми, а третьи – абсолютно безразличными. Бывает, что мы осуждаем одного человека за кривляние, излишнюю манерность, но замороженно наблюдаем за другим, который органичен в своих ломанных или нервных движениях. Он почему-то не раздражает нас, а, наоборот, мы будто погружаемся во внутренний мир этого «чудака».

Так почему же мы так по-разному оцениваем проявления одних и тех же жестов?

Все дело в степени искренности. В том, насколько человек естественно себя ведет, насколько он готов показать свое внутреннее «я» обществу, насколько свободен от комплексов, рамок и желания позиционировать себя тем, кем он не является на самом деле.

Из тезиса Дейла Карнеги мы можем извлечь одно очень важное правило. Это правило, на первый взгляд, затрагивает тему ораторского мастерства, умения привлечь к себе аудиторию, выделиться из общей массы, но оно пригодится нам и в повседневном общении.

Оно заключается в том, что по своей природе все мы уникальны, не похожи друг на друга, не имеем ни двойников, ни копий, но только при условии нашей собственной открытости.

Человек не должен бояться показать себя, проявляя свои настоящие чувства, в том числе и языком тела, ведь это кардинально может изменить мнение окружающих. Жестикуляция – идеальный способ всегда оставаться индивидуальным даже в тех случаях, когда все-таки стоит скрыть свои истинные мысли.

Литература

1. Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2013. - 576 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ

*Литвин Марина Сергеевна,
студентка 1 курса инженерно-экономического факультета;
Юрьева Елена Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Речь – это способ общения между людьми. Часто, чтобы добиться коммуникативного эффекта простых слов бывает недостаточно. Поэтому, чтобы достичь полного взаимопонимания, яснее и образнее выражать свою мысль, используются многие лексические приемы. К примеру, фразеологизмы.

Фразеологизмы – устойчивые обороты речи, которые имеют самостоятельное значение и свойственны определенному языку [1, с. 33]. Фразеология привлекает своей яркостью, возможностью положительно или отрицательно оценивать явления, выражать одобрение или осуждение, ироническое, насмешливое или иное отношение.

В повседневной жизни, сталкиваясь с фразеологизмами, многие люди даже не замечают этого. Они не умеют правильно употреблять фразеологизмы в речи, потому что не знают их значений.

Фразеологизмы, используемые в современном языке, имеют различное происхождение. Одни возникли в далёком прошлом, другие созданы в последние десятилетия.

По своему происхождению фразеологизмы можно разделить на следующие группы:

1. Фразеологизмы, происхождение которых связано с историей нашей страны, с обычаями и обрядами наших предков (*бить челом* – кланяться, просить; *жена декабриста* – верная жена, которая готова разделить со своим мужем горе и беды, никогда не бросит и не предаст; *во всю Ивановскую* – со всех сил).

2. Фразеологизмы, возникшие в той или иной профессиональной среде или пришедшие в литературный язык из жаргона (*привести к общему (к одному) знаменателю* – к одной общей цели, *уравнять* (подвести под одни условия); *горькая пилюля* – что-либо обидное, неприятное для кого-либо; *бить баклуши* – бездельничать, заниматься пустяковым делом; *играть в бирюльки* – заниматься пустяками (бирюлька – дудка, свирель)).

3. Выражения, сошедшие со страниц художественных произведений русской и зарубежной литературы и ставшие крылатыми (*медвежья услуга* – неумелая, неловкая услуга, приносящая вместо помощи вред, неприятность (фразеологизм восходит к басне И. А. Крылова "Пустынник и медведь");

человек в футляре – о том, кто замкнулся в кругу узких, мещанских интересов, отгородился от реальной жизни, боится нововведений и перемен. Выражение восходит к одноименному рассказу А. П. Чехова).

4. Фразеологические обороты, пришедшие к нам из старославянского языка, библеизмы (*блудный сын* – человек, отколовшийся от своей семьи и родного дома (выражение восходит к библейскому сюжету); *нести свой крест* – идти к цели, преодолевая страдания и трудности).

5. Фразеологизмы, заимствованные из других языков (*не в своей тарелке* – чувствовать себя неловко, неуютно, некомфортно (фр.язык); *буря в стакане воды* – выражение, обозначающее шум, переполох, большое волнение, поднятые по слишком незначительному поводу (англ.язык)).

6. Фразеологизмы, заимствованные из мифов Древней Греции и античной литературы (*яблоко раздора* – предмет вражды или причина спора; *ахиллесова пята* – слабое, уязвимое место, равно как и *была пятка у Ахиллеса*).

7. Терминологические словосочетания из разных областей научного знания и искусства (*абсолютный ноль* – ничего не представляющая собой личность; *удельный вес* – роль, место, значимость кого-, чего-либо в хозяйстве, в обществе).

С конца 18 века фразеологизмы объяснялись в специальных сборниках и толковых словарях под различными названиями: крылатые выражения, афоризмы, идиомы, пословицы и поговорки. М. В. Ломоносов называл устойчивые сочетания «российскими пословиями», «фразесами», «идиотизмами», предлагая включить их в словарь.

Таким образом, рассмотрев пути происхождения устойчивых словосочетаний, мы пришли к следующим выводам:

- фразеологизмы издавна использовались в речи;
- происхождение фразеологизмов связано с традициями, обычаями, ремеслами русских людей;
- многие фразеологизмы пришли в нашу речь из устного народного творчества, литературных произведений, греческой мифологии.

Литература

1. Бабаева Р.Н. Сопоставительный анализ фразеологических единиц со словом «сердце» в русском и таджикском языках / Р.Н.Бабаева // Вестник гуманитарных исследований. Изд-во: автономная некоммерческая организация высшего образования "Пермский институт экономики и финансов". – №: 1 (1), 2014. – С. 33-35.

2. Введенская Л.А., Баранов М.Т. Русское слово. – М.: Просвещение, 2003. – 384 с.

3. Жуков А.В. Лексико – фразеологический словарь русского языка. – М.: Эксмо, 2009. – 361 с.

4. Жуков А.В., Жуков В.П. Школьный фразеологический словарь русского языка. – М.: Просвещение, 2003. – 167 с.

**МУЖСКИЕ ЛИЧНЫЕ ИМЕНА В РУССКИХ
ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ**
(на материале «Фразеологического словаря русского
литературного языка» А. И. Фёдорова)

*Мельник Дарья Алексеевна,
Батуров Никита Анатольевич,
студенты 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 – это свойственное определённому языку устойчивое сочетание слов. Смысл его зачастую нельзя определить значением отдельно взятого компонента. Это цельное по смыслу выражение, построенное на основе метафоры. Фразеологизмы не допускают каких-либо, даже незначительных изменений своих составляющих. Им свойственна семантическая слитность, идиоматичность.

Учёные по-разному интерпретируют понятие «фразеологизм», тем не менее указывают на одни и те же характерные признаки этих лексических единиц. Помимо семантической слитности, это воспроизводимость, устойчивость, сверхсловность (наличие более одного знаменательного компонента), принадлежность к номинативному инвентарю языка, метафоричность, образность, экспрессивность.

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

Цель данной работы – выделить лексико-семантическую группу русских фразеологических единиц, в состав которых входят мужские личные имена, классифицировать их.

Фактический материал для исследования составили 58 фразеологических единиц с мужскими личными именами в составе, отобранные методом сплошной выборки из «Фразеологического словаря русского литературного языка» А. И. Фёдорова [2].

Данные фразеологические единицы составили четыре основные лексико-семантические группы:

1. *Религиозные фразеологизмы* (27).

Как известно, язык является носителем и выразителем национальной культуры, обладает способностью сохранения и передачи знаний каждой сферы жизни. Фразеологические обороты являются одним из источников трансляции культурно-религиозной информации. В них отражаются представления народа о мире, о религиозных воззрениях. Например: *Брат во Христе* – 1. Единоверец-христианин. 2. Единомышленник [2, с. 37]; *Для (за) ради Христа* – выражение усиленной просьбы, мольбы [2, с. 731]; *Как у Христа за пазухой* – очень хорошо, вольготно, без забот, без нужды и хлопот (жить, отдыхать и т.п.) [2, с. 731]; *Как Христос по сердцу (прошёл)* – о благодушном, приятном состоянии, расположении духа [2, с. 732]; *Христос Воскрес (Воскресе)* – возглас, которым верующие христосуются в день Пасхи [2, с. 732]; *Христова невеста* – 1. Монахиня. 2. Немолодая женщина, не бывшая замужем. 3. Об умершей девушке [2, с. 402]; *Христом Богом* – усиленно (просить, умолять и т.п.) [2, с. 732]; *Христос с тобой (с ним и т.п.)* – 1. Пожелание благополучия, счастья, покоя кому-либо. 2. Ладно, пусть будет так. 3. Возглас, выражающий участие, испуг, удивление и т.п. [2, с. 732]; *Явление Христа народу* – о внезапном, неожиданном появлении кого-либо [2, с. 767]; *От Адама* – с глубокой древности, издавна [2, с. 12]; *Наобум Лазаря* – не подумав, на авось (делать что-либо) [2, с. 395]; *Петь Лазаря* – стараясь разжалобить, прикидываться несчастным, плакаться, жаловаться на свою судьбу [2, с. 467]; *Сидеть на пище святого Антония* – жить впроголодь [2, с. 615]; *Фома неверный* – человек, которого трудно, невозможно заставить поверить чему-либо [2, с. 715]; *Век Мафусаила* – жить очень долго, до глубокой старости [2, с. 61]; *Иудино племя* – предатели, изменники [2, с. 473]; *Каинова печать* – внешние признаки преступности на ком-либо [2, с. 468].

Личные имена: *Иисус Христос* (14), *Адам* (5), *Лазарь* (2), *Фома* (2), *Антоний* (2), *Ева*, *Каин*, *Иуда*, *Мафусаил* (1).

2. Народные фразеологизмы (13).

Фразеологизмы, относящиеся к народным, употреблялись, как правило, в устной речи простых людей. Для них характерна эмоциональная окрашенность, экспрессивность, оценочные значения. Имена, которые зафиксированы в их составе, часто оформлены суффиксами субъективной оценки. Отличительной чертой личного имени в составе народных фразеологизмов является то, что оно не имеет нарицательного значения [1, с. 7]. Например: *Ваньку ломать* – 1. Дурачиться, паясничать. 2. Делать глупости; поступать не так, как следует [2, с. 352]; *Ванька Каин* – 1. Грабитель, тяжкий преступник. 2. О том, кто нечист на руку [2, с. 58]; *Брат-Кондрат* – то же, что свой брат [2, с. 38]; *Всякому Якову* – каждому [2, с. 770]; *Демьянова уха* – то, что назойливо предлагается, навязывается кому-либо в большом количестве [2, с. 711]; *Аника-воин* – хвастающий своей силой, задира, драчун [2, с. 14]; *По Сеньке и шапка* – кто-либо того и стоит; что-либо того и заслуживает [2, с. 755]; *Федул, губы надул* – о том, кто легко, по пустякам обижается [2, с. 714].

Личные имена: *Ванька* (3), *Иван* (2), *Антон*, *Аника*, *Кондрат*, *Яков*, *Демьян*, *Кузька*, *Сенька*, *Федул* (1).

3. **Античные фразеологизмы** (12).

Существует особая группа фразеологических единиц, первоначальное употребление которых известно со времен античной эпохи. Это фразеологизмы, встречающиеся в мифах Древней Греции и античной литературе. В них отражены имена античных героев. За данными выражениями стоит древняя история. Например: *Гордиев узел* – трудноразрешимое, запутанное дело, задача и т. п. [2, с. 701]; *Авгиевы конюшни* – сильно засорённое, загрязнённое или захламлённое помещение [2, с. 311]; *Бочка Диогена* – условия жизни в полном уединении, в отрыве от общества [2, с. 37]; *Буриданов осёл* – человек, колеблющийся в выборе между двумя равноценными решениями или равносильными желаниями [2, с. 437]; *Два Аякса* – неразлучные друзья [2, с. 16]; *Двуликий Янус* – двуличный, ненадёжный человек [2, с. 770]; *Приносить жертву Вакху* – предаваться пьянству [2, с. 527]; *Прометеев огонь* – неодолимое, неугасающее стремление к достижению высоких, благородных целей [2, с. 432]; *Аннибалова клятва* – твёрдая, принципиальная решимость бороться с кем-либо до победного конца [2, с. 299]; *Хитроумный Одиссей* – о человеке хитром, изобретательном [2, с. 433].

Личные имена: *Гордий* (2), *Авгий*, *Диоген*, *Буридан*, *Валаам*, *Аякс*, *Янус*, *Вакх*, *Прометей*, *Аннибал*, *Одиссей* (1).

4. **Исторические фразеологизмы** (6).

К этой группе относятся фразеологизмы, основой которых послужили имена конкретных исторических личностей или отымённые названия исторических событий. Например: *Мамаево нашествие* – о неожиданном появлении многочисленных и неприятных гостей, посетителей и т.п. [2, с. 401]; *Мамаево побоище* – шумная, крупная драка или ссора; беспорядок в доме [2, с. 475]; *Варфоломеевская ночь* – массовое и необузданно-жестокое избиение беззащитных людей [2, с. 420]; *Колумбово яйцо* – неожиданно простой и смелый выход из трудного положения; остроумное решение трудной задачи [2, с. 769]; *Пифагоровы штаны* – шуточное название теоремы Пифагора, возникшее в силу того, что построенные на сторонах прямоугольника и расходящиеся в разные стороны квадраты напоминают покрой штанов [2, с. 761]; *Дантов ад* – место, обстановка, где человек испытывает муки, страдания [2, с. 12].

Личные имена: *Мамай* (2), *Варфоломей*, *Колумб*, *Пифагор*, *Данте* (1).

Итак, среди фразеологизмов с мужскими личными именами в составе мы выделили четыре лексико-семантические группы: религиозные, народные, античные и исторические фразеологизмы. Наиболее количественно значительной является лексико-семантическая группа религиозных фразеологизмов. Самое активное личное имя во фразеологических единицах – *Иисус Христос*. Особое отношение русского

народа к христианской вере, почитание Господа не могло не отразиться во фразеологизмах.

Литература

1. Новикова Ю. Н. Антропонимия Донетчины : Монография / Ю. Н. Новикова. – Макеевка : ПЦ ДонНАСА, 2017. – 80 с.
2. Фёдоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка : ок. 13 000 фразеологических единиц / А. И. Фёдоров. – 3-е изд., испр. – М. : Астрель : АСТ, 2008. – 878 с.

УДК 61:811.161+811.124

О ГРЕКО-ЛАТИНСКИХ ТЕРМИНОЭЛЕМЕНТАХ В РУССКОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

*Мостовой Богдан Сергеевич,
студент 1 курса 1 медицинского факультета;
Романова Елена Генриховна,
старший преподаватель кафедры
русского и латинского языков
ГОО ВПО «Донецкий национальный медицинский
университет им. М. Горького»*

Ни один европейский язык не был так нормирован, как латынь. Поэтому именно на латинском языке составлялись словари, справочники, грамматики, риторика, поэтика, стилистика. Прямо и косвенно, через осознание правил словообразования в западноевропейских языках, латынь сыграла существенную роль в «европеизации» русского письменного литературного языка.

На какое-то время латынь «закрыла дорогу» в науку русскому языку. В этом принимали деятельное участие иностранные, в первую очередь, немецкие, ученые. На территории России в научной и образовательной сферах латынь со временем естественным образом передала свои функции русскому языку.

Греко-латинская терминология является тезаурусом медицинской науки, т.е. включает в себя все основные понятия и термины медицины, без знания которых невозможно осмысленное усвоение специальных предметов этой области знаний.

В России в XVII-XIX вв. латинский и греческий языки становятся неотъемлемой частью учебных и образовательных программ. Влияние произношения латинских слов не смогло помешать звучанию

заимствований, в котором отразились русское полногласие, закрепление четкого произношения слогов, мягкость стыков согласных и гласных звуков. Установившееся звучание латинских и греческих заимствований в русском языке довольно близко совпадает с воспроизводимыми исторической фонетикой звуками классической латыни и латинских грецизмов. Благодаря особенностям русского алфавита исчезли трудности в написании латинских слов, заимствованных русским языком. Так, например, полностью сохранилась графическая передача гласных: *metacarpus* – пять, *cranium* – череп. Латинские дифтонги *ae* и *oe* передаются как *э* *e* (*Synoestrolum* – синестрол, гормональный препарат; *praesidium* – защита), *ai*, *ei* сохраняют свое исконное произношение, но в связи с византийским влиянием ряд слов латинского происхождения произносится как *ав* и *эв* (*Eucalyptum* – эвкалипт; аура от *aureus* – золотой, *Aurum* – золото, но *Aurora* – Аврора, богиня зари). Сочетания *qi*, *ngu* произносятся как *кв* и *нгв* соответственно (сангвиник от *sanguis* – кровь; лингвистика от *lingua* – язык; аквариум от *aqua* – вода). Отсутствуют трудности и в прочтении букв *u* и *v*, которые в древних текстах не различались: увулярный (*uvularis* – *vuvlaris*). Полугласный *j* передается или как *й* (*major* – больший), или на письме фиксируется с помощью букв *я*, *ю* (*januarius* – январь, юрист от *jus* – право, но: *junius* – июнь, *julius* – июль). Буква *c* перед гласными переднего ряда, дифтонгами, а также произносящаяся одинаково с сочетанием *ti* перед гласным, читается как *ц*. Например, *skeleton* [сцелетон] – скелет, *encephalopathia* – энцефалопатия (заболевание головного мозга), *acidum* [ацидум] – кислота, *cytologia* – цитология (наука о клетке), *caecum* [цекум] – слепая кишка. Концовка слова *tio* передается обычно как *-ция*: *transplantatio* – трансплантация (пересадка органа, ткани), *punctio* – пункция (прокол), *terminatio* – терминация (окончание). Все это облегчает воспроизведение графического образа слова [2, с.98].

Долгое время преобладающим видом медицинских руководств на русском языке были переводы с латинского языка. Российская анатомическая терминология главным образом создавалась с ориентацией на греко-латинские номинативно-терминологические образцы и модели. Этот процесс сопровождался заимствованием слов, их структуры и значений. Прямыми заимствованиями греко-латинских терминов в русской анатомо-клинической терминологии являются, например, остеология из греко-лат. *osteologia*, атлас (атлант) из греко-лат. *atlas*, краниум (череп) из лат. *cranium*, рахис (позвоночный столб) из греко-лат. *rhachis* и т.д. Основным способом пополнения русского анатомического словаря были буквальные, этимологические переводы преимущественно греко-латинских терминов. Так, ось (осевой позвонок) – буквальный перевод латинского *axis*, позвоночный столб – перевод латинского составного термина *columna vertebralis*, шейные позвонки – перевод латинского словосочетания *colli*

vertebrae, лобная пазуха есть лат. *sinus frontalis*, а кость губковая (решетчатая кость) – *os spondiosum*.

Большинство современных медицинских терминов на греко-латинской основе выполняет важнейшую функцию – функцию инвентаризации.

Итак, можно сказать, что значительная часть русской медицинской терминологии имеет в своей основе греческие и латинские терминологические единицы.

Литература

1. Горяев, Н.В. Сравнительный этимологический словарь русского языка / Н.В. Горяев. Тифлис: б. ук. на изд., 1896. – I-LXII л.
2. Ильяхов, А.Г. Античные корни русского языка. Этимологический словарь / А.Г. Ильяхов. Ростов-на-Дону: б. ук. на изд., 2006. – 375 с.
3. Загрекова, Е.Н. Латинский язык на службе российской медицины / Е.Н. Загрекова // Саратовский научно-медицинский журнал. – 2006. – № 1 (11). – С. 18-22.
4. Загрекова, Е.Н. Латинское наследие в русском языке / Е.Н. Загрекова // Античный мир и мы. – Вып. 10. – Саратов: Изд-во СГМУ, 2005. – С. 99-104.
5. Загрекова, Е.Н. Современный взгляд на подготовку выпускников медицинских вузов / Е.Н. Загрекова, Т.В. Кочеткова, О.Н. Полухина // Проблемы качества обучения зарубежных граждан в медицинских вузах: Материалы III Российской научно-практической конференции. 19-20 апреля 2006 года. – Волгоград: Изд-во ВолГМУ, 2006. – С. 96.
6. Энциклопедический словарь медицинских терминов: В 3-х т. / Под ред. Б.В. Петровского. – М.: Советская энциклопедия, 1982-1984.

УДК 61 – 08:81'373.46

«СЛОВОТЕРАПИЯ» КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЛЕЧЕБНОГО АРСЕНАЛА МЕДИКА

*Нестеренко Антон Анатольевич,
ученик 11-В класса ОУ «Лицей «Коллеж»»;*

*Романова Елена Генриховна,
старший преподаватель кафедры
русского и латинского языков*

*ГОО ВПО «Донецкий национальный
медицинский университет им. М. Горького»*

В повседневном общении с пациентами, коллегами врач использует лексические средства, характерные для официально-делового, публицистического и даже художественного стилей речи. Разговорный и

научный стили вместе с официально-деловым являются характерными для профессиональной речи врача. Все сказанное и написанное всегда кому-то адресовано. От врача пациент ждет понимания и сопереживания, поэтому и нужно искать наиболее точные и выразительные слова, тем самым активно влияя на его настроение, самочувствие. «Слова, как и лекарства, – подчеркивал писатель и врач П. Бейлин, – имеют прямое положительное либо отрицательное влияние на психическое и физическое состояние человека» [1, с. 5]. Лечение – это не только консервативное и хирургическое вмешательство, но и искусство использования слова. Слово врача является свидетельством его милосердия, чуткости, общей культуры и образованности.

Вера в магическую, чудодейственную силу слова присуща всем религиям, фольклору, древней медицине. В египетском папирусе Эберса (VII век до н.э.) больному напоминают: «Заклинания благотворны в сопровождении лекарств, а лекарства благотворны в сопровождении заклинаний».

Слово «врач» появилось в языке восточных славян в XII ст. и связано с глаголами «заговаривать, уговорить, говорить». Отсюда толкование слова «врач» как «утешитель», то есть человек, умеющий действовать силой слова на здоровье [1:15]. Со временем слово стало самостоятельным средством лечения и профилактики.

Общение врача с больным – это беседа взаимозаинтересованных людей, цель которых – победить недуг. Она требует от медика определенных усилий, нервных затрат, чтобы оставаться доброжелательным, непринужденным, терпимым. Все это, в свою очередь, необходимо для преодоления в беседе с пациентом абсолютно естественной его тревожности, раздражительности, изможденности. Почти всегда соматическая болезнь сопровождается страхом, переживаниями, ожиданиями, способными спровоцировать стрессовое, депрессивное состояние.

Больного могут оттолкнуть, напугать даже темп, высота звучания голоса, интонация, которую иногда называют душой слова. Интонация может изменить содержание одного и того же слова. Оно может подбодрить, стать «щитом и бальзамом для ран» и, наоборот, уничтожить, перечеркнуть надежду. При этом интонация речи врача так же, как и актера, должна согласовываться с его выражением лица, жестами. Для пациента все это является источником информации, которую он потом тщательно анализирует, чтобы вынести решение: доверять врачу или нет.

Принцип «не навреди» требует от врача быть особенно внимательным, осторожным в выборе слов, тем более, если речь идет о трагическом диагнозе и нужно сделать выбор: говорить правду или воздержаться. Тут рецептов на каждый случай нет.

Есть слова-табу, которые необходимо исключить из словаря медика. Прежде всего, это пренебрежительные, грубые, бесцеремонные обращения к коллегам, пациентам, вопросы, реплики, комментарии в условиях, когда

больной не может быть откровенным или когда подобные фразы заставляют его застесняться, замкнуться.

Касается это и профессионального жаргона. Скажем, унинительно страдающего человека называть по диагнозу: диабетик, астматик и т.д. Слово, поведение врача могут стать причиной многих так называемых ятрогенных заболеваний. А вот комплимент, так же как и высказанное сочувствие, не только улучшает настроение, но и, по утверждению некоторых ученых, даже продлевает жизнь человека.

Настоящий целитель всегда психотерапевт. И поэтому, пишет профессор А. Н. Орлов, дико выглядит «черный юмор», которым иногда медики бравируют друг перед другом [2:15]. Имеем в виду, например, такие высказывания: «не волнуйтесь, вскрытие покажет», «все понятно, как в морге», «спокойный, как пульс покойника», «тяжело в лечении, легко в гробу» и т.д.

Поэтому овладение искусством слова для будущего медика – это успешное средство воздействия на пациентов, могучий способ профилактики и лечения многих заболеваний, пропаганды здорового образа жизни.

Литература

1. Бейлин П. Е. Поговори со мною, доктор: эссе, повести / П. Е. Бейлин. – К.: Радянський письменник, 1980. – С. 5.
2. Орлов А.Н. Основы клинической биоэтики / А.Н. Орлов. – Красноярск, 2000. – С. 15.
3. Матвеев В.Ф. Основы медицинской психологии, этики и деонтологии / В.Ф. Матвеев. – М.: Медицина, 1989г. – 178 с.

УДК 81.27

ФОРМАЛЬНО-СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ, ВХОДЯЩИХ В АББРЕВИАТУРНУЮ ГРУППУ «МОРФО»

*Николышина Яна Александровна,
студентка II курса филологического факультета;
Теркулов Вячеслав Исаевич,
доктор филологических наук,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Работа посвящена описанию особенностей сложносокращенных слов (далее – ССС), которые входят в аббревиатурную группу «морфо». ССС мы

определяем «как единицу, связанную мотивационными отношениями со словосочетанием и содержащую в своём составе более одного эквивалента компонентов этого словосочетания, как минимум один из которых является неинициальным (слоговым) **аббревиационным конструктом** (абброконструктом). Под абброконструктом при этом понимается часть аббревиатуры, представляющая собой сокращённый эквивалент (дублет) какого-либо слова» [1, с.74]. Например, слово *морфоструктура* является сложносокращённым, поскольку оно связано мотивационными отношениями со словосочетанием *морфологическая структура* и включает в свой состав два эквивалента компонентов этого словосочетания: эквивалент, равный слову *структура*, и абброконструкт *морфо*, который выступает в качестве сокращённого дублета слова *морфологический*.

В нашей работе используется синхронный подход к исследованию аббревиатур, который представляет собой описание отношений эквивалентности между аббревиатурой и ее эквивалентами на актуальном срезе языка.

Целями синхронного анализа являются:

- * установление и описание синхронной эквивалентности в пределах гнезда эквивалентности аббревиатуры;
- * построение на основе синхронного анализа и синхронной трактовки аббревиации словарных статей для Толково-эквивалентностного словаря сложносокращённых слов русского языка.

Объектом нашего анализа является аббревиатурная группа, то есть «группа сложносокращённых слов, имеющих одинаковый абброконструкт». [1, с.77]. В нашем случае аббревиатурная группа включает слова, содержащие абброконструкт «*морфо*» (*морфотип*, *морфоанализ*, *моросинтаксис* и тд)

Аббревиатура формирует гнездо эквивалентности, которое определяется «как совокупность актуально сосуществующих единиц, связанных отношениями мотивационной (формально-семантической) эквивалентности с аббревиатурой и употребляемых с нею в эквивалентных текстах <...> Эквивалентом конструкта аббревиатуры мы считаем единицу, полностью или частично совпадающую с данным конструктом на уровне формы и имеющую с ним текстуально подтверждаемое тождественное значение. Под эквивалентным текстом нами понимается тексты (текст), в которых аббревиатура и эквивалентное словосочетание выступают в качестве абсолютных синонимов» [1, 140–147]. Аббревиатурная группа «морфо» состоит из 10 гнезд эквивалентности.

Существование эквивалентов в гнезде эквивалентности обусловлено наличием у абброконструктов большого числа дешифровальных стимулов. Дешифровальный стимул определяется как «стереотип расшифровки абброконструкта, то есть как слово или сочетание слов, которое является эквивалентом абброконструкта и может быть использовано для его замены в эквивалентном словосочетании» [1, с.88].

Для абброгруппы **«морфо»** характерны следующие типы дешифровальных стимулов:

Презентативные – это ДС, которые состоят из абсолютно эквивалентных отношений между аббревиатурой и словосочетанием. Презентативный ДС аббревиатуры *морфоящик* реализуется в словосочетании *морфологический ящик*, в котором *ящик* – ономасиологический базис, *морфологический* – грамматически подчиненный базису ономасиологический признак. Пример употребления в эквивалентном тексте: «Матрица "**морфологического ящика**" или "**морфоящик**" - чудесный метод организации табличного, но творческого мышления, а также систематизации информации и генерирования еще большего количества идей» (<http://emanuelt.ru/2015/03/08/morfo/>). В данном случае стимул характеризуется формированием абсолютно эквивалентных отношений между аббревиатурой и словосочетанием (*морфоящик* 684 употреблений) – *морфологический ящик* (27748 употреблений).

Релятивные – это ДС, которые осуществляют разную интерпретацию статуса референта, обозначенного аббревиатурой. Релятивный ДС аббревиатуры *морфосинтаксис* реализуется в словосочетании *синтаксис морфологии*, в котором *синтаксис* – ономасиологический базис, а *морфологии* – грамматически подчиненный ономасиологический признак, выраженный синтаксическим актантом с падежно-числовой семантикой. Пример употребления в эквивалентном тексте: «Логос – высшая форма «тождества», он не только гомологичен своим частям (**синтаксис морфологии**), но фрактально совместим межуровневое» (<http://philosophystorm.org/node/9441>). «**Морфосинтаксис** — раздел грамматики, изучающий морфемы с точки зрения их синтаксического функционирования» (<http://ru.wikipedia.org/wiki/Морфосинтаксис>). В данном случае стимул характеризуется формированием абсолютно эквивалентных отношений между аббревиатурой и словосочетанием (*морфосинтаксис* 22647 употреблений) – *синтаксис морфологии* (10049 употреблений).

Существуют разные модели использования дешифровального стимула в эквивалентном словосочетании. Для моделирования применяются символы: у – базисный компонент, х – признаковый, то есть, собственно,

дешифровальный стимул абброконструкта, адъект – адъектив (прилагательное, адъективированное причастие), сущ – существительное, предл – предлог, а – компонент сложного слова, дополняющий стимул х, но не имеющий эквивалента в аббревиатуре, z – слово, входящее в дешифровальный стимул – словосочетание, но не имеющее эквивалента в аббревиатуре.

Рассмотрим типы дешифровальных стимулов на примере абброгруппы «**морфо**»:

1. х – существительное (у-х: *динамика морфологии* 1557 употреблений) – *морфодинамика* (26055 употреблений);

2. х(адъект) – простой адъектив (у-х(адъект): *морфологический признак* (2322529 употреблений) – *морфопризнак* (746 употреблений);

3. (предл)х – существительное с предлогом: (у-(предл)х: *динамика в морфологии* (3872 употреблений; баланс индексов: 6,72) – *морфодинамика* (26055);

В данной работе мы определили особенности абброгруппы «**морфо**». В результате исследования было обнаружено, что абброгруппа «**морфо**» состоит из 10 гнезд эквивалентности, в которых реализуется презентативные и релятивные типы ДС. Выявлены модели использования ДС в эквивалентном словосочетании. Все примеры обоснованы с помощью текстового анализа, который установил количество употреблений ССС.

Литература

1. Теркулов В. И. Сложносокращённые слова: синхронный и диахронный аспекты описания / В. И. Теркулов // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – № 6, 2017. – С. 73–97.

ОБ ЭТИМОЛОГИИ НЕКОТОРЫХ МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

*Пилипенко Вера Владимировна,
студентка 1 курса 1 медицинского факультета
ГОО ВПО «Донецкий национальный
медицинский университет им. М. Горького»;
Романова Елена Генриховна,
старший преподаватель кафедры
русского и латинского языков
ГОО ВПО «Донецкий национальный
медицинский университет им. М. Горького»*

Этимология русских медицинских и фармацевтических терминов имеет свою богатую историю.

Абсолютное большинство медицинских терминов имеет греко-латинские корни.

Михаил Васильевич Ломоносов, принимая участие в создании первого российского анатомического атласа, писал: «Для терминов во многих науках: в физике, в химии, в астрономии, и особливо в анатомии, в ботанике и во всей медицине – греческий язык весьма надобен».

Термины латинского происхождения – это, в большинстве своем, анатомические названия (названия частей человеческого тела и его органов), а греческие – клинические (названия заболеваний и методы их диагностики и лечения).

Пример латинских синонимов и дублетов можно рассмотреть на всем знакомых словах: инфаркт (от лат. infarctus), офтальмолог (от греч. ophthalm – глаз), medicus (лат. – врач) и iatras, iatr (греч. – врач) (отсюда – медик, педиатр).

Однако к концу XIX века латинский и древнегреческий языки уступили свою роль международного научного и книжного общения национальным языкам.

Здесь интересны эвфемизмы (слово или выражение, заменяющее другое, менее удобное для данной обстановки или грубое). Так, оспу называли «Матушка Оспа» либо «Оспа Ивановна», а когда кто-то заболел этой болезнью, люди пекли пироги, приходили к больному, кланялись ему в ноги и просили помиловать.

Из глубины веков дошли до нас засвидетельствованные в древнерусских рукописных памятниках слова, принадлежащие к общеславянскому пласту.

Например, слово «врач» произошло от слова «ворчать», древнерусское «выя» относилось к шее, в дальнейшем образовался анатомический термин «выйная связка», а «беременность» происходит от измененного «бремя».

Первыми лекарствами были растения. В их названиях отражаются особенности формы, вкуса, цвета, характер цветения, ее лечебные свойства и характер воздействия на человека. Народная номенклатура лекарственных растений существенно отличается от научной: названия неоднозначны, и само растение может иметь несколько наименований. При объяснении названий растений и их свойств необходимо изучить его народную этимологию.

«Волчьими ягодами» в народе называют несколько растений: жостер слабительный (*Rhamnus cathartica* L.), крушину ломкую (*Rhamnus frangula* L.), толокнянку обыкновенную (*Arctostaphylos uva-ursi* L. Spreng.), паслен сладко-горький (*Solanum dulcamare* L.), шолудивник болотный (*Pedicularis palustris* L.). Это связано с тем, что название волчьей ягоды часто присваивается растениям с ядовитыми, несъедобными ягодами, которые оказывают токсическое или раздражающее действие.

К сожалению, большая часть славянских терминов утратила свою популярность и теперь понятна больше лингвистам, чем врачам.

Следует отметить наличие в медицинской терминологии заимствованных из других языков терминов – семантических калек. Например, английские «cell» – «клетка» – простейшая единица строения и жизнедеятельности организма, состоящая из ядра, протоплазмы и оболочки; «tissue» – «ткань» – совокупность гистологических элементов, «vessel» – «сосуд» – проток или канал, несущий любую биологическую жидкость, «proving» – «испытание» – систематическая процедура тестирования на здоровых людях с целью выяснения симптомов, вызывающих необходимость в лекарственном веществе, и т.д.

Количество медицинских терминов постоянно увеличивается, появляются новые научные выражения, но традиционно сложившиеся в наше время более понятны как для врачей, так и для пациентов.

Литература

1. Толстой Н.И. Язык и культура (Некоторые проблемы славянской этнолингвистики) // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. М., 1991. Ч. 1.
2. <https://www.livelib.ru/pubseries/715550-pamyatniki-kultury-novye-otkrytiya-pkno>

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ «МАРКЕТИНГ»

*Портная Каммила Викторовна,
студентка I курса факультета компьютерных наук и технологий;
Мачай Татьяна Александровна,
зав. кафедрой, доцент кафедры русского языка, к. п. н.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Формирование русской терминосистемы маркетинга происходит под влиянием многих факторов. В этих условиях актуализируется проблема изучения развития терминологического поля маркетинга – совокупности специальных маркетинговых наименований в русском языке. Её решение дает возможности для научно обоснованного упорядочения терминологии и разработки качественных лексикографических изданий по маркетингу, как, например, словарей регистрирующего типа. Поэтому тема исследования является актуальной.

Проявление социального воздействия было обусловлено экономическими преобразованиями, поэтому имеет смысл говорить о влиянии на маркетинговую терминологию социально-экономических факторов. Социально-коммуникативный фактор состоит в изменении традиций усвоения литературного языка, от семейного к книжному и далее, через средства массовой коммуникации (СМК): прессу, радио, телевидение, Интернет.

Благодаря СМК распространяются и новые маркетинговые термины. Роль этих средств в распространении, восприятии, развитии маркетинговых номинаций возрастает еще и потому, что маркетинг, торговля, реклама, потребление занимают важнейшее место в жизни людей, а СМК становятся средством приобретения не только информации как таковой, но и новых знаний. Получаемые при коммуникативных контактах знания в современных условиях не могут доводиться до слушателей только средствами общенародного языка, поэтому СМК все в большей степени используют специальные наименования.

Сила влияния коммуникативных факторов проявляется через значительное увеличение количества людей, приобщающихся к маркетинговым знаниям, начинают использовать специальные наименования и тем самым воздействуют на процессы терминологизации и детерминологизации.

Суть в том, что маркетинг, возникший как методика продвижения товаров на рынок и решающий эту задачу, с одной стороны, имеет собственную терминологию, соответствующую разработанным методам, а с другой – создает условия для все большего насыщения рынка товарами.

Последнее, в свою очередь, делает старые методы и подходы маркетинга недостаточно эффективными и требует разработки новых. Как следствие, вместе с новыми методами, совершенствованием теории и практики рождаются новые термины, корректирующие терминосистему.

Следующий экономический фактор – развитие производительных сил и отношений, которые определяют прогресс в обществе. Он проявляется в расширении возможностей производства и управления, которые способствуют расширению сферы применения маркетинга и, как следствие, динамике его терминологического поля.

В советской экономике маркетинга, как известно, официально не существовало, поэтому к концу «перестройки» и к началу перехода к рыночной экономике зарубежная теория и практика уже прошла первые этапы. Следовательно, для российских производителей имелась возможность воспользоваться плодами зарубежных достижений теории и практики.

Сегодня практический маркетинг в России представляет собой весьма неоднородную палитру с реализацией отдельных концепций маркетинга. Поэтому в каждый момент разные предприятия как бы находятся на разных этапах развития.

Более того, в одной компании в одно и то же время разные торговцы могут использовать в своей практической деятельности различные маркетинговые концепции. Например, экономистами могло быть установлено, что в некой компании «А» одни торговцы в работе используют концепцию «потребитель выполняет контролирующую функцию», а другие – концепцию «потребитель выполняет контролирующую, а маркетинг интегрирующую функцию». Все это усложняет процессы эволюции русской терминологии маркетинга.

Таким образом, терминологическое поле маркетинга в русском языке одновременно формируется из заимствованных и калькированных (похожих) терминов, но в большей степени оно пополняется терминами коммерции (торговли), нежели собственно маркетинговыми. Примеры исконно русских терминов, включенных в терминосистему маркетинга: выручка, торговая выручка, торговая прибыль, торговое право, торговое соглашение, торговое товарищество, торговые ряды. Их русское происхождение подтверждается тем, что обозначают они русские экономические реалии.

Примеры подтверждают, что на этом этапе русская маркетинговая терминосистема как отражение особой сферы научной деятельности еще только начинает формироваться. В ее составе уже есть некоторое количество русских маркетинговых терминов (0,67%). Однако при всём этом, русская терминология маркетинга оказывается практически полностью иноязычной по происхождению.

К примеру, к такой специфической части относится массовый маркетинг – вид маркетинга, который характеризуется массовым производством и маркетингом одного продукта, предназначенного одновременно для всех потребителей.

Дело в том, что массовый маркетинг (и касающиеся его термины) был создан за рубежом еще до начала рыночных преобразований в России. Поэтому с переходом к рынку и применением массового маркетинга в нашей стране эта часть терминологии была попросту калькирована (скопирована). Примеры новых калькированных терминов следующие: магазины массовых товаров; родовые товары; стратегия «жатвы»; стратегия единого корпоративного наименования; универсальный оптовый торговец; шаблонный подход к товарам; интенсивное распределение; интенсивность распределения; распределительные центры; распределительные постоянные издержки. Однако и здесь в незначительном количестве терминологию маркетинга в русском языке дополнили исконно русские термины: массовое производство, продукция массового, серийного, единичного производства.

Вместе с этим процесс обогащения терминологии маркетинга идет и за счет собственных маркетинговых терминов, отражающих новые подходы к его роли и развитию. Например: продуктово-дифференцированный маркетинг – вид маркетинга, который характеризуется производством и маркетингом нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, однако рассчитанных на их разные вкусы; целевой маркетинг – вид маркетинга, который характеризуется производством и маркетингом продуктов, разработанных специально для определенных рыночных сегментов.

При интенсивном развитии маркетинга в России его русское терминологическое поле складывается хаотично и одновременно с русскими номинациями используются иноязычные. Например, наряду с термином стратегия рыночной ниши (который уже ранее использовался в русской экономической терминологии и был зафиксирован в отечественных лексикографических источниках) применяется заимствованный английский термин контрсегментация.

Терминологическое поле «Маркетинг» в русском языке является совокупностью специальных наименований, которые постоянно пополняются и корректируются за счёт сменяющих друг друга концепций маркетинга и интенсивного развития его практического применения. В нём активно происходит миграция наименований.

Литература

1. Терминологическое поле "Маркетинг" в русском языке: Монография. [Электронный ресурс] //– Единое окно. – Режим доступа: http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/635/67635/40946?p_page= – (10.05.2019).
2. Формирование и развитие терминологического поля "маркетинг" в русском языке. Диссертации по гуманитарным наукам. [Электронный ресурс] //– Человек и наука. – Режим доступа:

УДК 81`276.2

НЕНОРМАТИВНАЯ ЛЕКСИКА КАК СОЦИАЛЬНО ДЕТЕРМИНИРОВАННЫЙ ФЕНОМЕН

*Протасова Харитина Александровна,
студентка I 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»*

На сегодняшний день многие люди регулярно употребляют в устной (а нередко и письменной) речи нецензурную лексику. Так они выражают свои эмоции (как положительные, так и отрицательные), не понимая того, что со стороны это выглядит очень некультурно.

Ненормативная лексика есть во многих языках мира; она включает бранные, грубые, непристойные слова и выражения, сопровождающие, как правило, спонтанную речевую реакцию на инцидент или неожиданную ситуацию.

Употребление этого вида лексики может быть как целенаправленным (рассчитанным на оскорбление, унижение собеседника), так и не иметь адресата. Принято говорить о следующих причинах безадресного использования ненормативной лексики:

- психологическая разрядка говорящего;
- повышение эмоционального напряжения;
- откровенная демонстрация собственной независимости;
- выражение пренебрежения к сложившейся в обществе системе запретов.

Как видим, употребление нецензурной лексики неразрывно связано с психологическими аспектами личности и общественными условиями существования человека [1, с. 12].

Безусловно, человек, употребляющий в речи нецензурную брань, проявляет речевую агрессию. Последняя представляет собой сферу речевого поведения, детерминированную агрессивным состоянием говорящего.

Русская бранная лексика имеет глубокие корни и может быть сгруппирована по тематическому принципу:

- 1) наименование лиц с применением отрицательных характеристик;

2) названия социально-табуированных частей тела (так называемые «срамные слова»);

3) наименование физиологических функций;

4) название процесса совершения полового акта.

Употребление нецензурной лексики во многом зависит от степени владения говорящим родной речью. Если у человека недостаточный словарный запас для выражения собственного настроения или состояния, он прибегает к употреблению ненормативных слов, причём их количество может достигать до 70 %. В этом случае бранная лексика является показателем низкой речевой культуры и недостатка образованности, поскольку такие слова не требуют больших умственных усилий.

К сожалению, тяга к употреблению ненормативной лексики прослеживается не только у людей, страдающих алкоголизмом, наркоманией или психическими отклонениями. Нередко бранные слова в большом количестве используют и вполне здоровые люди. Это обусловлено стремлением упростить речь, чтобы казаться «своим» в определённой среде. Человек, попадая в социальную группу, в которой он хочет закрепиться или даже приобрести высокое положение, стремиться «слиться» с ней и ни в чём не отличаться от других, поэтому и начинает следовать принятому способу общения.

Употреблять ненормативную лексику становится модно, особенно это касается речи подростков и молодёжи. Школьники и студенты не гнушаются «резким словом», что во многом обусловлено влиянием Интернета и телевидения. Нередко сериалы и популярные программы содержат изображения актов насилия с соответствующими репликами. Ярко описывается или даже героизируется (ср. сериал «Бригада») уголовный мир, общение в котором не мыслимо без бранной лексики, грубых ругательств. Ребёнок, регулярно смотрящий подобные фильмы, воспринимает такое речевое поведение как норму, признак взрослости и старается во всём подражать персонажам. Стремясь казаться старше, он начинает активно употреблять различные ненормативные слова [2, с. 6]. По мнению молодёжи, бранные слова позволяют сделать речь более эмоциональной и живой, быть лучше понятым другими людьми.

Целый комплекс факторов, главными из которых считаем демократизацию языка и общественных нравов и дестабилизацию ненормативной лексики, сформировалось вполне спокойное, а иногда и приветственное отношение к ней почти во всех слоях общества. Что считалось крайне сниженным, становится фамиллярным, фамиллярное приобретает оттенок разговорного, а разговорное переходит в нейтральный, немаркированный пласт словаря. Эти процессы, безусловно, пагубно отражаются на развитии и функционировании образцового варианта современного русского языка.

Литература

1. Мокиенко В. М. Русская бранная лексика: цензурное и нецензурное / В. М. Мокиенко // Русистика. – 1994. – № 1/2. – С. 50–73.
2. Кожухарь Г. С. Проблема толерантности в межличностном общении / Г. С. Кожухарь // Вопросы психологии. – 2006. – № 2. – С. 3–12.

УДК 61:811.161.1:614.23/25

РУССКИЙ ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УСПЕХА ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ВРАЧА И ПАЦИЕНТА

*Родина Дарья Александровна
студентка 1 курса 4 медицинского факультета
ГОО ВПО «Донецкий национальный
медицинский университет им. М. Горького»;
Романова Елена Генриховна,
старший преподаватель кафедры
русского и латинского языков
ГОО ВПО «Донецкий национальный
медицинский университет им. М. Горького»*

На сегодняшний день проблема речевой культуры особенно актуальна не только среди молодежи, но и грамотного специалиста в какой-либо общественной сфере. Грамотная речь является основополагающим звеном для формирования профессиональной личности.

Грамотно построенная речь является визитной карточкой любого профессионального человека. По тому, как разговаривает человек, формируется мнение о нем как о специалисте. Очевидно, что владеть культурой речи необходимо всем: и инженерам, и рабочим, и менеджерам. Но особенно необходимо уметь управлять словом медикам, для которых слово – важнейший инструмент профессионального успеха.

Любая работа с людьми неразрывно связана с процессом и проблемами общения, оно пронизывает профессиональную деятельность медработников на любом уровне. Индивидуальные особенности психики пациента в условиях лечебных взаимоотношений и взаимодействий приходят в соприкосновение с психологическими свойствами медицинского работника. Целью такого контакта является помощь, оказываемая пациенту. Как у пациента, так и медработника существуют собственные мотивы

взаимодействия. Медперсоналу при этом принадлежит ведущая роль в обеспечении бесконфликтного взаимодействия.

Одно из главных качеств – понятность, доступность речи. Пациент также должен быть уверен, что его понимают, ему стараются помочь. Многонациональный состав пациентов делает необходимым для медика знание менталитета разных народов хотя бы на дилетантском уровне.

Не менее важное качество – убедительность речи. Для того чтобы речь была убедительной, медик должен быть уверенным в правоте своих слов. Чем богаче словарный запас медика, тем легче ему общаться с пациентами.

Медицинская терминология – это язык, на котором общаются врачи различных специальностей. Но он должен быть ясным для читателя и слушателя по отношению к понятиям. Наиболее приемлемыми для существования в медицинской терминологии следует считать те слова, которые приняты большинством специалистов, понятны всем и отражают суть явления или предмета. Смысловое значение того или иного термина в медицине только тогда становится всеобщим достоянием, когда оно зафиксировано точным термином, не допускающим различных толкований, простым, однозначным.

Для успеха в профессиональной деятельности современному специалисту необходимо в совершенстве владеть навыками культуры речи и обладать лингвистической, коммуникативной и поведенческой компетенциями в профессиональном общении.

Одним из наиболее важных в деятельности врача является запрещение действий, способных нанести вред больному. Старейшее и, вероятно, самое главное положение медицинской этики в латинской формулировке звучит так: *primum non nocere* («прежде всего – не навреди»). Любой врач, наверное, согласится с утверждением Е. Ламберта, что «есть больные, которым нельзя помочь, но нет таких, которым нельзя навредить». Ведь известно, что порой лечение может быть тяжелее болезни. Речь идет о побочных действиях лекарств, негативных эффектах при одновременном применении большого числа препаратов, о несоответствии между прогнозируемой пользой и возможным риском от медицинского вмешательства.

Но хороший врач – это не только профессионализм в работе, энциклопедические знания, взвешенные решения и совершенное владение техникой медицинских манипуляций, но и умение говорить с больным.

Для достижения этого умения врачу необходимы следующие качества:

- знание норм литературного языка и устойчивые навыки их применения в речи;

- умение следить за точностью, логичностью и выразительностью речи;
- владение профессиональной терминологией;
- владение стилем профессиональной речи;
- умение определять цель и понимать ситуацию общения;
- умение создавать и поддерживать благожелательную атмосферу общения;
- умение направлять диалог в соответствии с целями профессиональной деятельности;
- знание этикета и чёткость выполнения его правил.

Неэффективность коммуникации приводит к таким нежелательным явлениям, как нарушения взаимопонимания между участниками лечебно-диагностического процесса, потеря важной информации, конфликты, жалобы и судебные тяжбы со стороны пациентов. Как показывает практика, недовольство врачом чаще всего вызвано не его ошибками в диагностике и лечении, а неумением общаться с пациентами и их родственниками, т.е. несформированностью коммуникативной компетентности.

Врач — лингвоактивная профессия. Он должен владеть тонким психологическим чутьем, и здесь необходима постоянная работа сознания. Успех в лечении возможен при сочетании доверительных человеческих отношений и научных достижений. А для этого технически оснащенный врач должен не только лечить, но и уметь разговаривать со своим пациентом.

Изучение русского языка и культуры речи влияет на становление ключевых профессиональных компетенций. И, вне всякого сомнения, владение культурой речи значительно повышает профессионализм любого специалиста. Именно поэтому необходимо совершенствовать свою речь, которая будет наполнена грамотностью, точностью, уместностью.

Литература

1. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А.П. Панфилова. – СПб.: Знание, 2004. – 495 с.
2. Гойхман О.Я., Надеина Т. М. Речевая коммуникация / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – М.: ИНФРА – М, 2003. – 272 с.
3. Кочеткова Т.В., Барсукова М.И. Слово в работе врача (Культура речи врача) Чтобы Вас понимали: Культура русской речи и речевая культура человека / Под ред. О.Б. Сиротининой. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 448 с.

ОНОМАСИОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ С СОСТАВНЫМ АББРОКОНСТРУКТОМ

*Смирнова Ирина Романовна,
студентка II курса филологического факультета;
Теркулов Вячеслав Исаевич,
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Цель данной статьи заключается в изучении ономасиологической специфики слов с **составным абброконструктом** (далее — сАК) — сложной разновидностью неинициального аббревиационного конструкта, или **абброконструкта** (далее — АК), который вслед за В.И. Теркуловым определяется нами как часть аббревиатуры, «представляющая собой сокращенный эквивалент (дублет) какого-либо слова» [3, с. 74]. Составной абброконструкт функционирует как единый целостный комплекс, состоящий не менее чем из двух простых неинициальных абброконструктов, в пределах **сложносокращенного слова** (далее — ССС) — это единица, «связанная мотивационными отношениями со словосочетанием и содержащая в своём составе эквиваленты не менее двух компонентов этого словосочетания, как минимум один из которых является ... абброконструктом)» [3, с. 74].

Сложносокращенное слово формируется на базе словосочетания, у которого полностью заимствует семантику и грамматические характеристики, и на синхронном срезе языка выступает его абсолютным синонимом — текстовым эквивалентом. ССС составляет одну номинатему со словосочетанием (доминантой) и выступает ее речевой реализацией. Таким образом, для ССС как номинативных единиц можно разработать схемы их формирования и реализации [1, с. 104], или ономасиологические модели (далее — ОМ), которые будут отражать тип семантической связи между компонентами исходного для аббревиатуры словосочетания. В ССС, возникших в результате универбализации, реализуется, в сущности, их внутренняя форма — ономасиологическая модель словосочетаний [2, с. 149].

Ю.А. Ермоленко говорит о том, что «специфика ономасиологических моделей аббревиатур напрямую зависит от структуры (би — либо поликомпонентной) эквивалентного словосочетания» [1, с. 104]. Так как аббревиатура и ее эквивалент находятся в отношениях «равноправных реляционных при условии стабильности семантического тождества», то, отмечая фундаментальное свойство неинициального составного АК — многокомпонентную структуру, обуславливающую механизмы его функционирования и особенности формальной эквивалентности, можно

сделать вывод, что усложненная структура самого ССС влияет на появление ряда специфических ономаσιологических моделей.

ОМ воспроизводит внутреннюю форму ССС в пределах двух функциональных составляющих: это «ономаσιологический базис, эквивалентный архисеме главного компонента исходной конструкции, и ономаσιологический признак (признаки), эквивалентный семантическому множителю главного компонента исходной конструкции, актуализированному в ее зависимом компоненте» [2, с. 149].

Таким образом, каждый из компонентов словосочетания будет соответствовать одной из этих двух функций, и количественное соотношение его базисной и признаковой частей может быть различным. Ю.А. Ермоленко отмечает, что «...базис, как правило, монокомпонентен, а признак, напротив, по структуре может быть представлен разнообразно», и выделяет типы ономаσιологического признака в ОМ аббревиатуры в зависимости от того, каким количеством словоформ он представлен: монокомпонентный, бикомпонентный и поликомпонентный [1, с. 104]. Следует отметить, что в своей статье исследователь не ограничивается исследованием какого-либо конкретного вида аббревиатур, но среди ССС с неинициальным АК она приводит только слова с простой его разновидностью. Под ее классификацию типов ономаσιологического признака могут подходить и некоторые модели сАК, но данный принцип не учитывает уникальные характеристики данной разновидности конструкта, которые особым образом определяют процесс его номинации.

Так, в классификации исследователя каждый отдельный тип ономаσιологического признака выделяется исходя из того, каким количеством слов он представлен. Например, монокомпонентный: *ЦК* — *центральный комитет*: [комитет (базис)] + [центральный (признак)]; бикомпонентный: *ЛАЗ* — *Львовский автомобильный завод*: [завод (базис)] + [Львовский автомобильный (признак)]; поликомпонентный: *ГГПИИЯ* — *Горловский государственный педагогический институт иностранных языков*: [институт (базис)] + [Горловский государственный педагогический иностранных языков (признак)] [1, с. 104]. В то же время в словосочетании-эквиваленте аббревиатуры с сАК ономаσιологический признак, представленный одним словом (монокомпонентный), способен включать в себя несколько семантических фрагментов сразу: *автомотоклуб* — *клуб автотомоспорта* [клуб (базис)] + [автотомоспорта (признак)]: [учреждение + отрасль + разновидность]. В данном примере ономаσιологический признак выступает семантическим множителем главного компонента словосочетания в нескольких направлениях, которые концентрируются при этом в одном слове. Иначе говоря, он может быть столь же информативен, как некоторые ССС (сАК) с бинарным (из двух слов) ономаσιологическим признаком: *автосанрота* — *автомобильная санитарная рота* [рота (базис)] + [санитарная автомобильная (признак)]: [подразделение + назначение + отрасль].

Таким образом, ономаσιологические модели слов с сАК могут отличаться как количественной, так и качественной сложностью структуры ономаσιологического признака, что тесно связано с особенностями формальной эквивалентности такого конструкта: в частности, в системе формальных моделей дешифровки он может воплощаться в качестве сложных слов разного типа, которые обуславливают специфику также ономаσιологических моделей изучаемых нами единиц.

В.И. Теркулов обнаруживает в пределах некоторых ЛСГ ономаσιологические модели, в которых реализуются дополнительные признаки, появляющиеся в многокомпонентных конструкциях [2]. Кроме инициальных аббревиатур, соответствующая структура присуща ССС с составным АК, обуславливая наличие у них моделей особого типа. В данном случае то, сколько микропризнаков будет содержаться в ОМ, определяется не количеством слов, которыми представлена признаковая часть, а тем, являются ли реализующие ее компоненты семантически однородными или же несут в себе различную семантику.

Так, при монокомпонентности ономаσιологического признака иногда внутри него можно выделить несколько однотипных, равноправных семантических сегментов, которые вместе составляют один общий признак: *агитпропбригада* — *агитационно-пропагандистская бригада* [*подразделение + назначение*], *биохимзавод* — *биохимический завод* [*предприятие + отрасль*]; однако, это могут быть и два локальных признака с различной семантикой: *авиахимработы* — *авиахимические работы* [*мероприятие + отрасль + способ деятельности*].

Также специфику ОМ слов с составным АК обуславливает тот факт, что ономаσιологические базис и признак могут формально воплощаться в словосочетании в пределах одного сложносокращенного слова: *биохимочистка* — *биологическая химочистка* [*мероприятие + отрасль применения*]; *гостехуниверситет* — *технический госуниверситет* [*учреждение + статус + отрасль*]; *виброшлифмашина* — *вибрационно-шлифовальная машина* [*приспособление + назначение + способ деятельности*]; *газоэлектроплита* — *газово-электрическая плита* [*приспособление + способ деятельности*].

Сопоставив эти примеры, обнаруживаем также, что словосочетания, относящиеся к одной формальной модели ДС (в данном случае — у-х-а(ад)), могут реализовывать разные ономаσιологические модели из-за неоднородного качества семантической структуры.

Впоследствии мы намерены проследить, как специфические особенности сАК обуславливают формирование ономаσιологической структуры значения ССС на примере отдельно взятых ономаσιологических классов.

Литература

1. Ермоленко Ю.А. Особенности ономаσιологических моделей номинатом типа “словосочетание + аббревиатура” / Ю. А. Ермоленко // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер.: Філологічна. — 2012. — Вип. 26. — С. 103-105.

2. Теркулов В.И. Ономаσιологические модели композитов — обозначений объединений людей в русском языке // Словотвір: напрями, аспекти дослідження. Розділ V. 2009. — С. 147-151.

3. Теркулов В.И. Сложносокращенные слова: синхронный и диахронный аспекты описания // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2017. №6 — С. 73-97.

УДК 81.27

ФОРМАЛЬНО-СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОЖНОСОКРАЩЁННЫХ СЛОВ, ВХОДЯЩИХ В АББРЕВИАТУРНУЮ ГРУППУ «МУЗ/МУЗЫКО»

*Тахмазова Сабрина Валех-кызы,
студентка II курса филологического факультета;
Теркулов Вячеслав Исаевич,
доктор филологических наук,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Статья посвящена описанию формально-структурных особенностей сложносокращенных слов, входящих в аббревиатурную группу (далее – АГ) «муз/музыка». Сложносокращённым словом (далее – ССС) мы называем «единицу, связанную мотивационными отношениями со словосочетанием и содержащую в своём составе более одного эквивалента компонентов этого словосочетания, как минимум один из которых является неинициальным аббревиационным конструктом (абброконструктом). Под абброконструктом при этом понимается часть аббревиатуры, представляющая собой сокращённый эквивалент (дублет) какого-либо слова» [В.И. Теркулов, 2017, с.74] Например, слово *музкружок* является сложносокращённым, поскольку оно связано мотивационными отношениями со словосочетанием *музыкальный кружок* и включает в свой состав два эквивалента компонентов этого словосочетания: эквивалент, равный слову *кружок*, и абброконструкт *муз*, который выступает в качестве сокращённого дублета слова *музыкальный*. Выделяются два типа простых неинициальных

абброконструктов: 1. безынтерфиксные, например *музальбом – музыкальный альбом, муздрама – музыкальная драма*; 2. интерфиксные, например *музык-о (музыказнание – музыкальное знание, музыкотерапия – музыкальная терапия)*.

В состав ССС включаются аббревиатуры, представляющие собой: 1) комбинацию неинициального абброконструкта и слова (например, *музжурнал – музыкальный журнал, музпроизведение – музыкальное произведение* и т.д.), то есть частично сокращённые слова; 2) слоговые сокращения, представляющие собой комбинацию абброконструктов (например, *музлит – музыкальная литература, музмаг – музыкальный магазин, музрук – музыкальный руководитель*); 3) гибридные образования, представляющие собой комбинацию инициальных и неинициальных абброконструктов (например, *музгиз – государственное музыкальное издательство*).

В работах Донецкой школы аббревиации разграничиваются диахронный и синхронный подходы к описанию и выделению аббревиатур.

Диахронный анализ ССС предполагает установление реальных отношений производности между ССС и эквивалентными ему словосочетаниями. Целью же синхронного анализа является установление и описание отношений синхронной эквивалентности в пределах гнезда эквивалентности аббревиатуры.

Аббревиатура формируют гнездо эквивалентности, которое определяется «как совокупность актуально сосуществующих единиц, связанных отношениями мотивационной (формально-семантической) эквивалентности с аббревиатурой и употребляемых с нею в эквивалентных текстах. Эквивалентом конструкта аббревиатуры мы считаем единицу, полностью или частично совпадающую с данным конструктом на уровне формы и имеющую с ним текстуально подтверждаемое тождественное значение. Под эквивалентным текстом нами понимается тексты (текст), в которых аббревиатура и эквивалентное словосочетание выступают в качестве абсолютных синонимов» [В.И. Теркулов, 2017, с.76].

Для слова *музкомедия* применение указанных параметров эквивалентности позволяет констатировать существование эквивалента *музыкальная комедия*: 1. Компоненты этого словосочетания полностью (*комедия*) или частично (*музыкальная*) совпадают с конструктами аббревиатуры, соответственно, *комедия* и *муз*. 2. Они заменяют конструкты ССС в эквивалентном тексте без изменения его значения: *Наряду с классическими опереттами ставятся мюзиклы, рок-оперы, музыкальные комедии, сказки. – И ныне Музкомедия является одной из самых*

оснащенных и больших сценических площадок города (<http://muzkomediya.com/theatre/history>).

АГ – «это группа сложносокращенных слов, имеющих одинаковый абброконструкт» [В.И. Теркулов, 2017, с.77]. В нашем случае, АГ включает слова, содержащие абброконструкт «муз/музыка» (*музвидео, музканал, музнауза* и т.д.), находящийся в препозиции. АГ «муз» состоит из 42 гнезд эквивалентности, под которыми мы понимаем «объединение частотных текстовых эквивалентов сложносокращённого слова» [В.И. Теркулов, 2017, с.77].

Для АГ «муз» мы можем выявить следующие типы ДС:

1. Презентативные – «осуществляют наиболее обобщенную (кваликативную) трактовку значения абброконструкта» [В.И. Теркулов, 2017, с.92]. В данном случае стимул характеризуется формированием абсолютно эквивалентных отношений между аббревиатурой и словосочетанием, например *музблог – музыкальный блог*.

2. Модификативные – «конкретизируют значение аббревиатуры, предоставляя ей возможность употребляться для номинации разновидностей обозначенного ею референта» [В.И. Теркулов, 2017, с.93], например *музпродюсер – продюсер музыкальной группы*.

3. Релятивные – «осуществляют разную интерпретацию статуса референта, обозначенного аббревиатурой, в пределах номинации» [В.И. Теркулов, 2017, с.94], например *музискусство – искусство музыки*.

Дешифровальный стимул (далее – ДС) определяется как «стереотип расшифровки абброконструкта, то есть как слово или сочетание слов, которое является эквивалентом абброконструкта и может быть использовано для его замены в эквивалентном словосочетании» [В.И. Теркулов, 2017, с.88]. Так, например, для абброконструкта **муз** нами отмечаются ДС **музыкальный, музыки, с музыкой, для музыки, музыкального, в музыке, о музыке** и т.д. Термином «токен» мы обозначаем речевую реализацию ДС, а леммами обозначаются те единицы, которые объединяют при описании однотипные токены. Для абброконструкта **муз** нами отмечаются леммы: *музыкальный, музыка, музконцерт, музыкальный концерт, музканал, музыкальный канал* и токены: *музыкальный, -ая, -ое; музыка, -и; концерт музыки, концерт с музыкой, концерт о музыке; канал музыки, канал с музыкой, канал для музыки, музыкальных каналов*.

Кроме аббревиатурной трактовки ССС в абброгруппе «муз» была выявлена гибридно-аббревиатурная трактовка, а именно как аббревиатуры и композита: *музыказнание – музыкальное знание (аббревиатура) / знание музыки (композит)*.

В данной работе мы устанавливаем общую модель использования ДС в эквивалентном словосочетании. Для моделирования применяются символы: у – базисный компонент, х – признаковый, то есть ДС абброконструкта, адъект – адъектив (прилагательное, адъективированное причастие), сущ – существительное, предл – предлог, а – компонент сложного слова, дополняющий ДС х, но не имеющий эквивалента в аббревиатуре, z – слово, входящее в ДС – словосочетание, но не имеющее эквивалента в аббревиатуре.

Мы выделяем следующие базовые типы ДС в абброконструкте «муз»:

1. х – существительное (у-х: *группа музыки – музгруппа*);
2. х(адъект) – простой адъектив (у-х(адъект): *музыкальная школа – музшкола*);
3. у-а – сложное существительное: (у-а-х(сущ): *музыкальный видеоканал – музвидео*)
4. (предл)х – существительное с предлогом: (у-(предл)х: *час о музыке – музчас*);
5. (предл)у-а – сложное существительное с предлогом: (у-(предл) х-а у-а-(предл)х: *видеоролик с музыкой – музвидео*);
6. х(адъект)-z – словосочетание с зависимым адъективом: (у-х(адъект)-z: *продюсер музыкальной группы – музпродюсер*);
7. (предл)х(адъект)-z – предложное словосочетание с зависимым адъективом: (у-(предл)х(адъект)-z: *школа с музыкальным уклоном – музшкола*).

В результате исследования было обнаружено, что АГ «муз» состоит из 42 гнёзд эквивалентности: в её структуре соотносится периферия аббревиатурного и композитного типа. Текстовый анализ установил количество употребления ССС и их текстовых эквивалентов. При анализе АГ мы выявили особенности, количество результатов использования ССС, ДС. На основе обнаружения влияния ДС на ССС были выделены презентативные, модификативные и релятивные типы ДС в данной группе.

Литература

1. Теркулов В. И. Сложносокращённые слова: синхронный и диахронный аспекты описания / В. И. Теркулов // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – № 6, 2017. – С. 73–97.
2. Бровец А. И. Интерпретативный дешифровальный стимул аббревиатуры: источники, псевдоунивербализационная синекдоха, внутриранговая альтернатива / А. И. Бровец // Русский язык в поликультурном мире: I Международный симпозиум / Отв. ред. Е.Я.

УДК 81 '276.5

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА ИГРОВЫХ СООБЩЕСТВ

*Ткаченко Сергей Андреевич,
студент I курса факультета
компьютерных наук и технологий;
Салехова Светлана Владимировна,
старший преподаватель кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

В современном обществе у каждого человека имеются предпочтения и хобби. Кому-то по нраву проводить свободное время за занятием спортом, кому-то за книгами, кино, или за видеоиграми. Последнее увлечение появилось относительно недавно, но за довольно короткий промежуток времени сумело обратить на себя внимание миллионов людей и собрать огромное фанатское сообщество. Люди разного возраста, пола, не имеющие до этого схожих интересов, нашли то, что приносит им удовольствие, и объединяет их.

Неудивительно, что у такого массового и многостороннего явления начали быстро формироваться свои языковые особенности. И на сегодня эти особенности приобрели черты регулярного и вполне системного в языковом плане явления, которое имеет структурные и лексические параметры. **Целью** нашей работы является анализ зарождения и развития лексические языковых особенностей игровой речи. **Актуальность** выбранной темы обусловлена, во-первых, массовым интересом к видеоиграм, а значит и к языку общения игроков; во-вторых, интенсивно меняющейся лексикой и грамматическими характеристиками языка игровых сообществ.

Видеоигровой сленг вырос из предшествующих ему хобби, по типу настольных игр. Отправной точкой для массовости видеоигр принято считать событие 1977 года: выход в свет устройства компании «Atari» первой успешной приставкой «Atari 2600» с картриджной системой. Именно отсюда начинался путь видеоигрового сленга с самыми простыми словами, вроде «квест», «персонаж», «секретка» или «пасхалка», которые были раньше использованы в других сферах и перешли в данную индустрию, вроде «ход», «способности», «карта».

Другой веткой в развитии игровой индустрии стали персональные компьютеры. Первые игры появились еще в 1960-х годах, которые представляли собой текстовые приключенческие «квесты», в которых общение между игроком и компьютером осуществлялось с помощью ввода специальных команд через клавиатуру. К примеру, в самой первой текстовой игре «Colossal Cave Adventure» присутствовали команды «*xyzyzy*» и «*plugh*», они переносят игрока в определённые места лабиринта.

Дальнейшая эволюция игр на данной платформе тесно связана как с изменением самих компьютеров, так и ростом производительности и возможностей компьютерного оборудования. К примеру, появление и популяризация компьютерных мышей в качестве интерфейса взаимодействия «человек-компьютер» привнесло новое разнообразие с управлением над игрой, ввод в обиход звуковых карт, с возможностью воспроизведения звуков, а также постоянное улучшение качества изображения на выводе в экран, и конечно развитие компьютерных сетей, из которых после появиться всемирная паутина – Интернет. В этот период активно развивается сленг «железа» - компьютерных составляющих: «*видюха*» - видеокарта, «*клава*» - клавиатура, «*юэсбишник*» - USB порт, «*мать*» - материнская плата, «*камень*» или «*проц*» - процессор, «*озу*» или «*оперативка*» - оперативная память, а ранее оперативное запоминающее устройство.

И третья ветка видеоигр, которую мы рассмотрим, это поколение игр, дающих возможность играть совместно с другими игроками. Самая первая онлайн игра была создана в текстовом формате и запущена в сети TelNet в 1978 году. Разработчиками этой игры были Ричард Бартл и Рой Трабшоу. Они назвали свое творение Multi-user Dungeon, сокращенно MUD. Спустя некоторое время эта аббревиатура стала использоваться в качестве классификации и обозначения многопользовательских онлайн игр, где абсолютно все отображается в виде текста. MUD является первоисточником всех виртуальных миров, которые мы знаем сегодня.

С эволюцией игр изменились как игроки, так и способы их взаимодействия. Практически в любой игре, где необходимо общение между персонажами, имеется текстовый и голосовой чат. Так в определённых играх развился свой сленг, а ввиду огромной массовости популярных проектов, некоторые сокращения стали общеупотребительными, и даже вышли за рамки не только своих собственной среды, но и вообще сферы видеоигр. Так появились сокращения вроде «*gg*» или «*жж*» – от англ. *Good Game* – Хорошо Сыграно, «*ez*» или «*изи*» – от англ. *Easy Game*, что означает легкая игра, «*gl hf*» – от англ. *Good Luck Have Fun* – Хорошей игры, получите удовольствие от нее.

Рассмотренные выше векторы развития видеоигр, позволяют сделать вывод о том, что вместе с развитием игр формируется и модифицируется их лексическая составляющая, которая предопределяет общение внутри игрового сообщества. И если на первых этапах развития виртуальной игровой среды язык являлся лишь вспомогательным средством, то на

современном этапе сформирован собственный сленг геймеров, который выходит за пределы игровой среды и активно проникает в повседневную коммуникацию. Следует отметить, что видеоигры сумели стать новым и необычным явлением в обществе, покориw мировое пространство, объединив вокруг себя множество людей, создав новую площадку для изменения и развития языковых и внеязыковых средств общения.

Литература

1. Джейсон Шрейер Кровь, пот и пиксели. Обратная сторона индустрии видеоигр / ООО «Издательство «Эксмо», 2018 г., 2-е издание, 244 с.
2. Дэвид Кушнер Властелины Doom / Издательство: Манн, 2015 г., 103 с.
3. Джесси Рассел История компьютерных игр / Издательство: Bookvika, 2012 г., 206 с.

УДК 811.161.1' 42

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ В КОММУНИКАЦИИ ЭКОНОМИСТОВ

*Тони Валерия Ильинична,
студентка 1 курса инженерно-экономического факультета;
Мачай Татьяна Александровна,
кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

В последнее время чрезвычайно актуальной стала проблема изучения профессиональной коммуникации.

Научная профессиональная сфера деятельности включает множество видов и форм, разновидностей научных и профессиональных отраслей знания: медицинской, юридической, экономической, технической и т. д. С одной стороны, категории научность и профессиональность противопоставляются, а с другой – взаимодополняются. Они реализуются в одной профессиональной сфере деятельности, которая в зависимости от целей и задач использует языковые средства из общенародного языка. В научно-профессиональной лексике экономической сферы деятельности, в частности, лексике товарно-денежного обращения, мы обратили внимание на новый тип номинативной единицы, называемый лингвистом Н.М. Карпухиной [3] терминированным наименованием.

Профессионально терминованные наименования в сфере экономической коммуникации восполняют имеющуюся недостаточность экономической терминосистемы. Со временем регулярно употребляясь в экономической сфере деятельности они могут стать полноправными терминами.

Рассмотрим, как употребляются профессионально терминованные наименования в контекстах экономического содержания. Это можно проследить на примере включения в текст профессионально терминованных наименований, таких, как *«дойная корова»*, *«звезда»*, *«трудный ребенок»*, *«неудачник»* и т. д.

«Дойная корова» – это «применяемое в зарубежной литературе условное название товаров, приносящих постоянный, устойчивый доход, обеспечивающих практически неиссякаемый источник прибыли» [1].

Наименование употребляется в кавычках, чем подчеркивается его не терминологический, а профессионально терминованный характер, однако в словаре [5] наименование *«дойная корова»* употребляется как полноправный термин, входя в схему Бостонской матрицы. В данном словаре дано такое определение наименованию *«дойная корова»*–это товары, которые пользуются спросом и способствуют увеличению темпов развития рынка. *«Дойные коровы»* – великолепные источники дохода, и за ними нужен минимальный уход для сохранения рыночной доли. Для любой компании они являются самым надежным источником прибыли»[2].

Как видим, хотя это наименование обозначает точное понятие, однако значение его в контексте все время уточняется, а переносный характер подкрепляется контекстом – включением слова *«уход»*.

На наш взгляд, подобные наименования позволяют сделать термины маркетинга максимально понятными.

«Трудный ребенок» – это товар, который еще не завоевал доминирующего положения на рынке или, возможно, вырвавшись на какое-то время в лидеры, затем отступил с этой позиции. Толкование делает понятным значение этого наименования.

В понятии *«звезда»* отсутствует мотивация, в толковании нарушены семантические связи с прямым значением этого слова. *«Звезда»* находится на грани самофинансирования и, таким образом, приносит нулевой доход.

«Трудный ребенок» еще не стал прибыльным и, таким образом, приносит чистый убыток. Все эти наименования вступают в отношения градации: *«дойная корова»*, *«трудный ребенок»*, *«звезда»* - прибыль, нулевой доход, убыток.

«Дойные коровы» приносят максимальный доход, в то время как *«неудачники»* не приносят ни прибыли, ни дохода.

Употребление профессионально терминованных наименований в контекстах экономического содержания иллюстрирует процесс терминологизации общеупотребительных слов, которые первоначально проходят стадию профессионально терминованных наименований.

Эти наименования сформировались в англо-американской экономической лексике товарно-денежного обращения. В научно-профессиональный экономический словарь они вошли как профессионально терминированные наименования.

От термина их отличают отсутствие точности семантической структуры, расплывчатость ее параметров, наличие коннотации экспрессии, оценочности, от предтермина – не только признак краткости, но и сфера употребления, сохранение в результате переосмысления слов общего употребления экспрессии, а также оценочности, связанной с рисками рыночной экономики, бизнеса, коммерции и т. д.

Кроме того, большинство наименований включено в современные экономические и толковые словари русского языка, например, Современный экономический словарь содержит такие профессионально терминированные наименования, как *облигации «мусорные»*, *облигации «младшие»*, *облигация «вечная»*; в Биржевой словарь помимо этих наименований включены такие, как *облигация «бульдог»*, *облигация «зеро»*, *облигации «быки»*, *облигации «медведи»* и др.

Основанием для отнесения номинативных единиц, функционирующих в профессиональной экономической сфере, к разряду профессионально терминированных номинаций служат собственно языковые и графические показатели их функционально-стилевой принадлежности: с одной стороны, присутствие в семантике эмоционально-экспрессивных коннотаций, с другой – наличие кавычек и сопровождающего комментария, указывающего на сферу употребления.

Кавычки, в которых заключены профессионально терминированные единицы, свидетельствуют о том, что они еще не получили официального статуса и широкого распространения. Они указывают на их метафорическое употребление и на отсутствие номинаций в той профессиональной сфере, которые могли бы, подобно им, точно дать наименование предмета, охарактеризовать действие, признак и т. д., например, *рынок «медведей»*, *«невидимая рука»* и др.

Появление метафор в качестве средств номинации в специальных текстах закономерно и оправдано объективными законами существования языка научно-профессиональной коммуникации.

В отличие от других графически маркированных единиц научно-профессиональной лексики профессиональным наименованиям свойственны повторяемость и регулярность воспроизводства, например, в различных контекстах употребляются профессионально терминированные наименования *«воротнички»*, *«подснежники»*, *«челноки»*, *«пирамида»* и др.

Профессионально терминированные наименования экономической сферы можно разделить на лексико-семантические ряды, объединенные вокруг одного ядерного семантического центра (например, *«средства платежа»*, *«лицо, занимающееся экономической деятельностью»*, *«рынок»* и др.). Среди

них можно выделить номинации квалификативного, нейтрального и метафорического типов.

Профессионально терминированные наименования, подобно терминам, в рамках когнитивного подхода адекватно описываются с помощью концептуальных моделей [1].

Анализ теоретических исследований в области научно-профессиональной лексики и в наиболее разработанной ее части – теории термина и терминологии – позволяет утверждать о необходимости дальнейшего изучения проблем, связанных с такой лингвистической и понятийной единицей, как профессионально терминированное наименование, функционирующее в профессиональной сфере экономической деятельности.

Литература

1. Володина М. Н. Когнитивно-информационная природа термина// Научно-техническая терминология. – М., 2002. – Вып. 1.-С.11-15.
2. Гринев –Гриневич С. В. Терминоведение. – М. : Академия,2008.- 304с.
3. Карпухина Н. М. Лексико-семантические процессы в русской терминологии товарно-денежного обращения. – М., 2007.- 220с.
4. Татаринов В. А. Теория терминоведения : в 3 т. – Т. 1. Теория термина. – М., 1996.- 311с.
- 5.Маркетинг: словарь.- М.: Экономика,1997.-403с.
- 6.Райзберг Б.А. Лозовский Л.Ш.Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь.-М.,1999.-403с.

УДК 81'373.611

АББРЕВИАТУРНАЯ ГРУППА «ГРАФ» В СИНХРОННОМ ОСВЕЩЕНИИ

*Фарамазян Ева Игоревна,
ученица 9-го класса МОУ
«Специализированная школа №17 г. Донецка»
Теркулов Вячеслав Исаевич,
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Статья посвящена описанию аббревиатурной группы (далее – АГ) *граф*, а также формальных особенностей сложносокращенных слов (далее – ССС), входящих в эту АГ. В статье обозначены основные понятия,

используемые для описания АГ: ССС, дешифровальный стимул, гнездо эквивалентности, синхронный подход к описанию и т.д. Дана общая характеристика АГ *граф*, проведен формально-структурный анализ.

ССС – единицы, связанные мотивационными отношениями со словосочетаниями и содержащие в своём составе эквиваленты не менее двух компонентов этих словосочетаний, как минимум один из которых является неинициальным аббревиационным конструктом (абброконструктом) [1, с. 74]. Неинициальный абброконструкт – одна из обязательных частей ССС, которая является сокращённым дублетом какого-либо слова.

Все ССС, содержащие одинаковый абброконструкт входят в одну АГ. Например, в АГ *граф* входят слова *графдизайн*, *графключ*, *графоанализ* и т.д.

Существует два подхода к описанию ССС: синхронный и диахронный. В своей работе мы используем метод синхронного анализа. При синхронном анализе словосочетания, являющиеся дублетами ССС в эквивалентных текстах, мы включаем в гнездо эквивалентности аббревиатуры.

В АГ *граф* входит 19 гнезд эквивалентности. Гнездо эквивалентности – совокупность актуально сосуществующих словосочетаний, связанных отношениями мотивационной эквивалентности с ССС и употребляемых с ним в эквивалентных текстах [1, с.76].

В состав гнезда эквивалентности входит само ССС и его эквиваленты – словосочетания, отвечающие двум условиям: носители языка воспринимают их компоненты как эквиваленты конструктов ССС, и они являются дублетами аббревиатуры в эквивалентных текстах. Например, эквивалентами аббревиатуры *графредактор* являются словосочетания *графический редактор*, *графичный редактор*, *редактор графики* и *редактор по графике*. Обычно количество эквивалентов прямо пропорционально количеству дешифровальных стимулов абброконструкта. Под дешифровальным стимулом (далее – ДС) понимается слово или словосочетание, которое является эквивалентом абброконструкта и может использоваться для его замены в эквивалентных словосочетаниях. Для определения ДС абброконструкта *граф* используем понятия «токен» и «лемма». Токен – речевая реализация ДС. Лемма – единица, объединяющая однотипные токены при описании.

ДС абброконструкта *граф* могут быть следующие слова и словосочетания:

а) **графика (лемма), токены:** *графики; для графики; по графике*, например *графоанализатор – анализатор графики; графпланишет – планишет для графики; графредактор – редактор по графике;*

б) **графология** (лемма), **токен:** *графологии*, например *графоанализ* – *анализ графологии*;

в) **графический** (лемма), **токены:** *графический*, *-ая*, например *графдизайн* – *графический дизайн*; *графогибридизация* – *графическая гибридизация*;

г) **графичный** (лемма), **токены:** *графичный*, *-ая*, например *графдизайнер* – *графичный дизайнер*; *граф-модель* – *графичная модель*;

д) **графологический** (лемма), **токены:** *графологический*, *-ая*, например *графоанализ* – *графологический анализ*; *графотерапия* – *графологическая терапия*.

Формально-структурный анализ заключается в определении формальных характеристик ССС, ДС и эквивалентного словосочетания. Анализ осуществляется в 2 этапа. Первый – установление общей модели использования ДС в эквивалентном словосочетании. Для моделирования применяются символы: у – базисный компонент, х – дешифровальный стимул абброконструкта(признаковый компонент), адъект – адъектив (прилагательное, адъективированное причастие), сущ – существительное, предл – предлог, а – компонент сложного слова, дополняющий стимул х, но не имеющий эквивалента в аббревиатуре, z – слово, входящее в дешифровальный стимул – словосочетание, но не имеющее эквивалента в аббревиатуре.

Дешифровальную матрицу гнезда эквивалентности формируют ДС, входящие в одно гнездо эквивалентности. Например, дешифровальная матрица гнезда *графредактор* выглядит так: **у-х(адъект)** – х-графический (*графический редактор*), х-графичный (*графичный редактор*), **у-х** (*редактор графики*), **у-(предл)х** (*редактор по графике*).

На втором этапе для каждой эквивалентной пары определяется конкретная модель формальной разновидности эквивалентности, которая соотносит по формальным признакам конструкты ССС и компоненты словосочетания и объединяет блоки аббревиатуры и эквивалента. Объединяют эти блоки грамматические операторы, которые указывают на принадлежность компонентов словосочетания к той или иной части речи (сущ – существительное, прил – прилагательное и т.д.), на номер падежной формы(1 – именительный, 2 – родительный и т.д.), на числовую характеристику(ед – единственное, мн - множественное). В аббревиатурном блоке используются операторы, определяющие качество эквивалента(Осн – основа, Чосн – часть основы, Чосн1 – первая часть основы эквивалентного сложного слова, З1 – первый звук основы, Б1 – первая буква основы), а также оператор «инт», используемый в тех случаях, когда в ССС появляется

интерфикс. Если при образовании ССС некоторые компоненты исключаются, то они упоминаются в скобках после знака «-».

В схему дешифровальной матрицы вносятся и формальные модели эквивалентности: *графредактор* у-х(адъект): Прил1ед-Сущ1ед = ЧоснПрил1ед+Сущ1ед – х-графический(*графический редактор*), х-графичный(*графичный редактор*), у-х: Сущ1ед-Сущ2ед = ЧоснСущ2ед+Сущ1ед (*редактор графики*), у-(предл)х: Сущ1ед-предл-Сущ3ед = ЧоснСущ3ед+Сущ1ед(-предл) (*редактор по графике*).

Для рассматриваемой АГ отмечаются такие модели использования ДС в эквивалентном словосочетании и модели формальной разновидности эквивалентности:

у-х(адъект)

Прил1ед+Сущ1ед = ЧоснПрил1ед+Сущ1ед. Отмечается 18 раз. В качестве дешифровального стимула выступают прилагательные:

- а) *графический: графический редактор = графредактор;*
- б) *графичный: графичный редактор = графредактор;*
- в) *графологический: графологический диктант = графдиктант.*

у-х(адъект)

Прил1ед+Сущ1ед = ЧоснПрил1ед+инт+Сущ1ед. Отмечается 13 раз. В качестве дешифровального стимула выступают прилагательные:

- г) *графический: графический проектор = графопроектор;*
- д) *графологический: графологическая терапия = графотерапия.*

у-х

Сущ1ед-Сущ2ед = ЧоснСущ2ед+Сущ1ед. Отмечается 3 раза. В качестве дешифровального стимула выступает существительное:

- е) *графики: дизайнер графики = графдизайнер.*

у-х

Сущ1ед-Сущ2ед = ЧоснСущ2ед+инт+Сущ1ед. Отмечается 4 раза. В качестве дешифровального стимула выступают существительные:

- ж) *графологии: анализ графологии = графоанализ;*
- з) *графики: анализатор графики = графоанализатор.*

у-(предл)х

Сущ1ед-предл-Сущ2ед = ЧоснСущ2ед+Сущ1ед(-предл). Отмечается 1 раз. В качестве дешифровального стимула выступает сочетание:

- и) *для графики: планиет для графики = графпланиет.*

у-(предл)х

Сущ1ед-предл-Сущ3ед = ЧоснСущ3ед+Сущ1ед(-предл). Отмечается 2 раза. В качестве дешифровального стимула выступает сочетание:

- к) *по графике: проект по графике = графпроект.*

Литература

1. Теркулов В.И. Сложносокращенные слова: синхронный и диахронный аспекты описания // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2017. №6 — С. 73-97.

УДК 81.27

ФОРМАЛЬНО-СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ, ВХОДЯЩИХ В АББРЕВИАТУРНУЮ ГРУППУ «МУЛЬТ»

*Филипсонова Надежда Владимировна,
студентка II курса филологического факультета;
Теркулов Вячеслав Исаевич,
доктор филологических наук,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Статья посвящена описанию формально-структурных особенностей сложносокращённых слов (далее – ССС), входящих в аббревиатурную группу (далее – АГ) «мульт». Под ССС в данной работе понимаются «единицы, связанные мотивационными отношениями со словосочетаниями и содержащие в своём составе эквиваленты не менее двух компонентов этих словосочетаний, как минимум один из которых является неинициальным аббревиационным конструктом (абброконструктом). Под абброконструктом понимается часть аббревиатуры, представляющая собой сокращённый эквивалент (дублет) какого-либо слова» [1, с.74]. Например, *мультфильм* является ССС, поскольку он связан мотивационными отношениями со словосочетанием *мультипликационный фильм* и включает в свой состав два эквивалента компонентов этого словосочетания: эквивалент, равный слову *фильм*, и абброконструкт *мульт*, который выступает в качестве сокращённого дублета слова *мультипликационный*.

Выявлены случаи, когда аббревиатура образована от слова (квазиунивербация, т.е. имитация аббревиации), а не от словосочетания (универбализация, т.е. возникновение аббревиатуры в результате компрессии словосочетания). На базе квазиаббревиатур часто возникают вторичные эквиваленты, появление которых на актуальном срезе языка стирает различие между ними и аббревиатурами. В основе различия аббревиатур и квазиаббревиатур лежит количественный параметр – баланс индексов:

частное от деления количества употреблений слова на количество употреблений словосочетания. Количество употреблений определяется на основе подсчета включений рассматриваемых единиц в Гугл. Если баланс индексов > 1 или < 1 , но < 5 , мы можем говорить о первичности словосочетания, если он > 5 , то появляются основания предположить, что в паре «слово – словосочетания» первичным является слово, а тогда, когда баланс > 50 , возникает уверенность в том, словосочетание вторично (например, *мультфильм* (241552000 употреблений) – *мультипликационный фильм* (1498200; баланс индексов: 161,2); *мультимир* (127228) – *мир из мультсериала* (15709 употреблений; баланс индексов: 59,53). В парах *мультфильм* – *мультипликационный фильм*, *мультимир* – *мир из мультсериала* показатели баланса индексов свидетельствуют о вторичности словосочетаний. Следовательно, они являются квазиаббревиатурами, но носителями языка *мультфильм* и *мультимир* воспринимаются как аббревиатуры, поскольку с ними они связывают словосочетания *мультипликационный фильм* и *мир из мультсериала*.

Вследствие этого следует разграничивать диахронный и синхронный подходы к описанию и выделению ССС. При диахронном анализе «описываются отношения реальной производности между аббревиатурой и производящей единицей, при синхронном же подходе мы считаем эквивалентными аббревиатуре те словосочетания, которые употребляются как её абсолютные синонимы (дублеты) в эквивалентных текстах и включают в свой состав компоненты, воспринимающиеся носителями языка как эквиваленты конструкторов аббревиатуры» [1, с. 87]. Следовательно, квазиаббревиатуры, развернутые в словосочетания, также входят в число синхронных аббревиатур.

Наиболее эффективен анализ не изолированных ССС, а АГ, поскольку он позволяет увидеть системность создания и функционирования однотипных аббревиатур. АГ – «это группа сложносокращенных слов, имеющих одинаковый абброконструкт, находящийся в препозиции» [1, с. 77]. В нашем случае АГ включает слова, содержащие абброконструкт «мульт» (*мультанимация*, *мультирисунок* и т.д.). АГ «мульт» состоит из 47 гнезд эквивалентности, под то нсть «объединение частотных текстовых эквивалентов сложносокращённого слова» [1, с. 77]. Например, в гнездо эквивалентности слова *мультииндустрия* (18535 употреблений) входят *мультипликационная индустрия*, *индустрия мультипликации*, *индустрия мультфильмов*.

Задача исследования состоит в составлении реестра эквивалентов ССС в гнезде эквивалентности. «Эквивалентом конструктора аббревиатуры мы считаем единицу, полностью или частично совпадающую с данным конструктором на уровне формы и имеющую с ним текстуально подтверждаемое тождественное значение» [1, с. 77]. Для слова *мультстанок* применение указанных параметров эквивалентности позволяет констатировать существование эквивалента *мультипликационный станок*:

компоненты словосочетания полностью (*станок*) или частично (*мульт – мультипликационный*) совпадают с конструктами ССС и заменяют конструкты ССС в эквивалентном тексте без изменения его значения: *И здесь вступает в работу мультипликационный станок – Мультстанок подобного типа был довольно распространён при изготовлении 35-мм слайдов для аудио- и видеопрезентаций* (<https://bigphils.livejournal.com/25777.html>).

Существование эквивалентов в гнезде эквивалентности обусловлено наличием у одного абброконструкта большого числа дешифровальных стимулов (далее – ДС), т.е. «слово или сочетание слов, которое является эквивалентом абброконструкта и может быть использовано для его замены в эквивалентном словосочетании» [1, с. 88].

Речевая реализация ДС называется токеном. Единица, объединяющая однотипные токены, называется леммой. Для абброконструкта **МУЛЬТ** нами отмечаются леммы: *мультипликационный, мультяшный, мультипликация, мультфильм, мультипликационный фильм, мультсериал, мультипликационный сериал* и токены: *мультипликационный, -ая, -ое; мультяшный, -ая, -ое; мультипликация, мультипликация, по мультипликации; мультфильма, из мультфильма, для мультфильма, мультфильмов, из мультфильмов, по мультфильму; мультипликационного фильма, из мультипликационного фильма, мультипликационных фильмов; мультсериала, из мультсериала; мультипликационного сериала, из мультипликационного сериала.*

Для АГ «**МУЛЬТ**» отмечаются следующие типы ДС:

1) Презентативные – включающие «ономасиологический базис и грамматически подчинённый ему ономасиологический признак, выраженный адъективно» [2, с. 100]. В этом случае ДС характеризуется формированием абсолютно эквивалентных отношений между ССС и словосочетанием, например *мультанимация – мультипликационная анимация.*

2) Релятивные – «создающие формально релевантные аббревиатуре, совпадающие с ней по количеству ономасиологических признаков текстовые эквиваленты, выраженные падежными и предложно-падежными формами, актуализирующими грамматические значения числа и падежа» [2, с.100], например *мультжанр – жанр мультипликации.*

3) Модификативные – «формально более сложные, чем аббревиатура, словосочетания, которые включают в свой состав дополнительный ономасиологический признак, отсутствующий в структуре сложносокращённого слова» [2, с. 100], например *мультперсонаж – персонаж мультипликационного сериала.*

В данной работе применяется процедура установления общей модели ДС в эквивалентном словосочетании. Для моделирования применяются символы: у – базис, х – признак, то есть, собственно, ДС абброконструкта, адъект – адъектив (прилагательное, адъективированное причастие), сущ – существительное, предл – предлог, а – компонент сложного слова,

дополняющий стимул *x*, но не имеющий эквивалента в аббревиатуре, *z* – слово, входящее в ДС – словосочетание, но не имеющее эквивалента в аббревиатуре. В АГ «мульти» выделяются следующие базовые типы ДС:

1. *x* – существительное (*y-x*: *мир мультипликации – мультимир*;
2. *x*(адъект) – простой адъектив (*y-x*(адъект): *мультипликационный центр – мультицентр*;
3. *x-a* – сложное существительное: (*y-x-a*): *герой мультфильма – мультгерой*;
4. (предл)*x* – существительное с предлогом: (*y-(предл)x*): *работа по мультипликации – мультработа*;
5. (предл)*x-a* – сложное существительное с предлогом: (*y-(предл)x-a*): *персонаж из мультфильма – мультперсонаж*;
6. *x-z*(сущ) – словосочетание с зависимым существительным: (*y-x-z*(сущ): *канал мультипликационных фильмов – мультканал*;
7. (предл)*x*(адъект)-*z* – предложное словосочетание с зависимым адъективом: (*y-(предл)x*(адъект)-*z*): *герой из мультипликационного фильма – мультгерой*.

Анализ определил особенности использования ДС ССС, входящих в АГ «мульти». Были выделены презентативные, релятивные и модификативные ДС. Обнаружено, что АГ «мульти» состоит из 47 гнезд эквивалентности. Определена модель реализации ДС в эквивалентных словосочетаниях. В дальнейшем мы предполагаем описать формальные и ономаσιологические модели данной АГ.

Литература

1. Теркулов В. И. Сложносокращённые слова: синхронный и диахронный аспекты описания / В. И. Теркулов // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – 2017. – № 6. – С. 73–97.
2. Бровец А. И. Модификационный интерпретативный дешифровальный стимул сложносокращённого слова / А. И. Бровец // Вестник Московского университета. Сер. 9, Филология. – 2017. – № 6. – С. 98-107.

ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНВИСТИКИ

*Чатыккаш Анастасия,
ученица 11-А класса МОУ «УВК «ГАРМОНИЯ» Г. ДОНЕЦКА»
Путрова Ольга Михайловна,
учитель украинского языка,
русского языка и литературы
МОУ «УВК «ГАРМОНИЯ» Г. ДОНЕЦКА»*

Языкознание, или лингвистика, – это наука о языке, его общественной природе и функциях, его внутренней структуре, о закономерностях его функционирования и исторического развития и классификации конкретных языков. В мире существуют тысячи различных языков. Но поскольку различия между ними и диалектами одного языка зачастую весьма неопределенны и условны, ученые не называют точной цифры языков в мире, определяя ее примерно в границах от 2500 до 5000 [1, с. 4 – 6].

Наличие специфических особенностей, присущих каждому отдельному языку, не противоречит тому, что всем языкам, присуще немало и общих черт, которые их объединяют и являются предметом изучения общего языкознания.

Отсюда и определение предмета данной науки: общее языкознание – это наука об общих закономерностях внутреннего устройства, функционирования, развития языков и способах их изучения.

Чем же конкретно занимается эта наука? Назовем ее основные проблемы.

1. Проблема природы и сущности языка: рассматриваются такие вопросы:

Что такое язык? В чем его сущность? К явлениям какого порядка он относится – общественного, биологического или психологического? Что общего у языка с другими общественными явлениями и в чем его специфика?

2. Проблема внутреннего устройства языка.

Она предполагает ответы на широкий круг вопросов. Вот некоторые из них. Из каких сторон (частей, блоков, подсистем различных рангов) состоит язык? В чем специфика каждой из этих частей и в то же время что между ними общего с точки зрения их внутреннего строения? Какими единицами представлена каждая подсистема?

3. Проблема структуры (строения) языкознания [2, с.44 -53].

Языкознание и практическое изучение языков – принципиально разные вопросы. Можно знать несколько языков, даже быть полиглотом, но не иметь никакого представления о лингвистике, ее проблемах и методах.

Сложная структура современного языкознания является отражением сложного устройства самого языка, составляющих его подсистем и единиц различной степени абстракции, многообразия связей языка с обществом, мышлением, психикой, отношением к оси времени и т.п.

Языкознание состоит из трех основных разделов – предлингвистики, микролингвистики и экстралингвистики. Предлингвистика изучает акустико-артикуляционную природу звуковой речи. Микролингвистика сосредоточивает внимание на внутренней стороне языка как системы – его звуковом, морфологическом, словарном и синтаксическом строе. Экстралингвистика изучает все многообразие связей языка с обществом, мышлением, с собственно коммуникативной стороной языка, эмоциональным, эстетическим и др. его аспектами.

По отношению к оси времени внутренняя лингвистика подразделяется на описательную, историческую и типологическую.

Описательная лингвистика замыкается рамками синхронной плоскости языка, т.е. предполагает изучение системной организации языка в единстве двух аспектов – аналитического (внутреннее устройство) и динамического (закономерности функционирования). Историческая (диахроническая) лингвистика изучает развитие языковой системы во времени. Типологическая лингвистика изучает структурные и функциональные свойства языков независимо от характера генетических отношений между ними и безотносительно к оси времени.

Историческую лингвистику, как и описательную, в зависимости от объема языкового материала подразделяем на собственно историческую, когда объектом описания является один язык; и сравнительно-историческую, когда объектом изучения является сравнение строя двух или более генетически родственных языков.

Из дисциплин, относящихся к внешней лингвистике (экстралингвистике), следует назвать социолингвистику, этнолингвистику, психолингвистику, паралингвистику.

Социолингвистика изучает широкий круг вопросов, связанных с социальной (общественной) природой языка, его общественными функциями, воздействием социальных факторов на язык в жизни общества.

Этнолингвистика изучает язык в его отношении к культуре, взаимодействие языковых и этнокультурных факторов в функционировании

и эволюции языка (название происходит от греч. *ethnos* – народ, племя + лингвистика).

Психолингвистика – отрасль языкознания, изучающая связи между содержательной стороной языка и мышлением, общественной жизнью говорящего коллектива. Ее интересуют такие вопросы, как воспринимаемость речи, закономерности овладения языком, отношение лингвистических процессов к познанию и т.д.

Паралингвистика – раздел языкознания, изучающий невербальные (т.е. неязыковые) средства, включенные в речевые сообщения и передающие вместе с языковыми средствами смысловую информацию (например, жесты, мимика и др.).

4. Проблема происхождения и развития языка.

К ней относится широкий круг вопросов, в числе которых назовем следующие. Как возник язык? Что вызвало его к жизни? Почему на земном шаре существует так много языков? Чем отличается вопрос о происхождении человеческой речи в целом от вопроса о происхождении отдельных конкретных языков? [3, с. 206]

5. Проблема происхождения и развития письма.

Человеку известно три основных вида письма – рисуночное, иероглифическое и звуковое. Как и когда они возникли и что собой представляют? Почему у одних этносов (этнических общностей людей) на протяжении их исторического развития один вид письма может смениться другим, а у иных народов этого не происходит? Какие алфавиты известны человечеству и как они складывались?

6. Проблема классификации языков.

Чтобы сделать обзримым все многообразие языков мира – как существующих ныне (живых), так и вышедших по тем или иным причинам из живого употребления (мертвых к настоящему времени) языков, их необходимо подвергнуть упорядочению, объединению в группы, классы и т.п., словом, классифицировать по тем или иным параметрам (признакам, основаниям). Каковы эти классификации?

7. Проблема методов и методик лингвистического исследования.

Успехи любой науки во многом зависят от того, насколько эффективны методы, которыми она располагает. Система методов современной науки столь же разнообразна, как и сама наука, что подтверждается множеством классификаций методов. Какими методами располагает современное языкознание? Каковы критерии их классификации и возможности применения к изучению различных сторон языковой системы,

закономерностей функционирования, исторического развития языков и выявления их типологических характеристик?

8. Проблемы прикладной лингвистики и связи языкознания с другими науками.

Взросшие практические запросы общества вызвали к жизни во 2-й половине 20 в. особую научную дисциплину, за которой закрепилось название прикладной лингвистики. Под прикладной лингвистикой понимают «область изучения языка с определенной прикладной целью, подчиненной непосредственно и специально решению определенной практической задачи...» [4, с.25].

Таким образом, таков далеко неполно очерченный круг вопросов, входящих в проблематику общего языкознания как теоретического ядра лингвистики, изучающей общие и существенные черты, присущие всему многообразию конкретных языков. Из сказанного следует, что общее языкознание как отрасль лингвистики возникло на базе частного языкознания – изучения отдельных языков и их групп путем обобщения результатов их сравнения и сопоставления.

Литература

1. Маслов Ю.С. Введение в языкознание. – М.: Высш. школа, 1987. – С.4 – 6
2. Реформатский А.А. Введение в языкознание. – М.: Просвещение, 1967. – С.44 -53. (Раздел «Связь языкознания с другими науками»).
3. Головин Б.Н. Введение в языкознание. - 4-е изд. – М.: Высш. школа, 1983. – С.206 – 221. (Раздел «Развитие языкознания»).
4. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева.– М., 1990.

ЯЗЫК В ПРОСТРАНСТВЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ КОММУНИКАЦИИ. РУССКИЙ ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

УДК 81 371; 82.085

ЯЗЫК РЕКЛАМНОЙ ЗАПИСИ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

*Баляба Яна,
студентка 1 курса факультета
компьютерных наук и технологий;
Мачай Татьяна Александровна,
кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой русского языка*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

Рассмотрим разновидности тактик рекламных записей. Во-первых, материал рекламы может содержать **постановку проблемы**. Например, «Английский для детей». Как найти время в расписании на английский? Когда речь заходит о времени для дополнительных занятий у школьников, для многих родителей встает вопрос ребром: либо одно либо другое. Чем пожертвовать без ущерба развитию ребенка – бассейном или танцами, пением или рисованием? А еще ведь и домашних заданий уйма, и с математикой беда, нужен репетитор, а куда без музыкалки? Давно ведь ходим, как бросить. Как все успеть? Да еще и дорога время занимает! Туда – обратно, и уже все усталые и сонные. Как найти решение? Одно из возможных решений – избавить себя от лишнего времени на дорогу и заниматься дома, по скайпу. Скайп – курс нашего центра рассчитан для взрослых и детей от 7 лет и включает в себя все аспекты настоящего, «живого» урока, но только в спокойной, домашней обстановке. Вам – к нам, если...

Во-вторых, «Чем пожертвовать без ущерба развитию ребенка – бассейном или танцами, пением или рисованием?» Автор продолжает развивать мысль родителя, который выбирает из нескольких предметов один в ущерб другим. Рекламодатель **имитирует процесс рассуждений – сомнений**. Так в оформлении текста рекламы реализуется тактика имитации взаимопонимания, которая логично продолжает тактику постановки проблемы. В-третьих, автор рекламной информации может **использовать тактику негативной характеристики**. Например: «Туда – обратно, и уже все усталые и сонные». Автор описывает в негативном свете все старые способы решения проблемы.

В-четвертых, «Одно из возможных решений – избавить себя от лишнего времени на дорогу и заниматься дома, по скайпу» автор представляет читателям новый доступный способ экономить время, энергию при достижении цели обучения, осуществляя тактику **предложения решения**.

В-пятых, широко применяется в процессе организации рекламы тактика косвенного наведения реципиента, воспринимающего эту информацию, на решение проблемы. Например: «*А еще ведь и домашних заданий уйма, с математикой беда, нужен репетитор, а куда без музыкалки?*» Автор рекламы имитирует внутреннюю речь школьника или его родителей при поиске решения проблемы, что подчеркивается риторическим вопросом. Кроме конструкций с сегментацией, как в предыдущем фрагменте текста рекламы, ее создателями часто используются эллиптические конструкции, например: «*Вам – к нам, если...*» для реализации тактики **прямого убеждения**. Плотность информации подтверждается использованием повторяющихся эллиптических конструкций *Вам – к нам, если....* Пропущенный компонент: наречие + глагол (в значении *надо идти, хорошо бы обратиться* или другие эквиваленты с похожей семантикой).»:» знак использован в функции многоточия, является авторским, так как а) после того идет заглавная буква; б) часть списка оканчивается «...» вместо точки.

Текст рекламной записи сопровождается видеорядом. Как правило используются **фотографии** в качестве первого средства привлечения внимания читателей. Обычно на фотографии изображен потенциальный клиент (адресат рекламы), компьютер, наушники для привлечения целевой аудитории.

В тексте рекламной записи, как правило, присутствуют две ситуации: **настоящего**, в которой школьнику сложно изучать английский язык вместе с другими предметами, и **ситуация будущего** – прогноз положительного опыта изучения языка по предлагаемой автором схеме. В тексте использован риторический вопрос, целью которого является желание заставить читателей задуматься, автор призывает к совместному размышлению. Используется **лексика разговорного стиля речи**, что подтверждается проверкой соответствующих словарных статей по словарю С.И.Ожегова: *вопрос ребром* – поставить вопрос ребром (разг.) – заявить о чем-нибудь со всей решительностью [1,с.671]; *уйма* – кого-чего (разг.) – множество, большое количество, масса [1,с.829]; «*живой*» *урок* – выражение содержит указатель (кавычки) на наличие всем известного смысла, так как это устойчивый эпитет. Также разговорность заложена в лексемах, имеющих соответствующие суффиксы: *музыкалка* – сокращение от музыкальная школа, что является особенной структурой разговорного стиля речи.

Целостность текста рекламы создается за счет композиции: формулировка проблемы, обоснование, предложение, видеоряд, адресация.

Литература

1.Ожегов С.И. Словарь русского языка. /С.И.Ожегов// М.:Рус. язык, 2008.- 917 с.

УДК 81`27

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (на основе материалов из интернета)

*Барбашов Богдан Александрович,
студент I курса факультета инженерной механики и машиностроения;
Онацкая Наталия Георгиевна,
ст. преподаватель кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Теория коммуникации, а именно теория правильной коммуникации людей, достаточно сложная социальная функция. Многим ошибочно кажется, что это предельно просто, но для успешного взаимодействия людей нужно иметь большой объем теоретических знаний. Залог успешной беседы – это соблюдение основных принципов: вежливости, последовательности, учтивости и грамотности. Акт коммуникации не может осуществляться никем, кроме человека. А для этого используется диалог или монолог. Монолог – это речь одного человека, обращенная к одному или более слушателям и не требующая ответа. Диалог - это устный или письменный обмен между двумя или более людьми. Диалог – это контакт людей, а не тщетные попытки одного добиться внимания другого.

С давних времен люди пытались достичь понимания всеми доступными путями. Жесты, звуки, мимика, письмена на стенах и так далее. Суть в том, что эти люди старались улучшить способы коммуникации между собой, этот период длится и по сей день. Только если раньше мы стремились сделать нашу речь понятной и выразительной, то сейчас, в век цифровых инноваций, мы стремимся говорить как можно меньше, короче. Человек постоянно куда-то мчится, и стараясь двумя-тремя словами описать какой-то достаточно ёмкий процесс, бежать дальше. Это, конечно, сберегает наше время и силы, но мы кромсаем и рвем слова одного из самых красивых и многогранных языков на Земле. Люди разучились говорить красиво и правильно, мысль излагается искаженно, а воспринимается совсем не так, как хотелось бы, но самое неприятное – это то, что многие носители языка не видят в этом проблемы, они не хотят искать причину непонимания и недоразумения в языке. А проблема на самом видном месте, мы позабыли всё, чему нас учила классическая русская литература. Мы позабыли, как тонок и выразителен язык - А.С. Пушкина, И.С. Тургенева, А.П. Чехова и многих других. Их произведения учат говорить нас так, чтобы каждое слово достигало своей цели, попадало прямо в сердце.

Главное внимание мы уделяем не только сюжету художественных произведений, но и языку. Вспомним стихотворение в прозе, И.С. Тургенева, посвящённое русскому языку, хотелось бы процитировать его строки: “Во дни сомнений, во дни тягостных раздумий о судьбах моей родины – ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык”. Читая это стихотворение, мы понимаем, что слово – великое оружие, им можно поддержать, а можно убить. Можно вознести, а можно унижить. Язык – это наш дом, наша пристань, наша родина.

Хотелось бы провести параллель между эпохой Пушкина и нашими днями на основе стихотворения “Я помню чудное мгновение...”. Если у поэта – это восторженное чувство, от которого он теряет дыхание. Александр Сергеевич восторгается женщиной, равно так же, как и моментом её появления в его жизни, выглядит это следующим образом:

Я помню чудное мгновенье:

Передо мной явилась ты,
Как мимолетное виденье,
Как гений чистой красоты.

В наше время это будет звучать примерно так:

Вспомнить о тебе поможет мне девайс
Уставившись в экраны, мы ехали домой
Спрятав себя от мира, за экрана синевой
Но мемы в твоей ленте поразили глубиной.

Хотелось бы обратиться к произведению Александра Сергеевича Пушкина “Я памятник себе воздвиг нерукотворный...”, процитирую его строки: “И долго буду тем любезен я народу, что чувства добрые я лирой пробуждал”. Нельзя сказать короче, прекраснее и выразительнее, чем сделал это выдающийся поэт. Художественная литература помогает развивать язык, но, с другой стороны, мы имеем интернет просторы, в которые погружено огромное количество людей, и интернет ответственен за то, что сейчас происходит с этими людьми. За голубыми экранами девайсов мы проводим почти всё свободное время, и общение происходит всё через те же самые экраны. Ввиду этого наши навыки коммуникации потерпели сильный регресс, который ударил по навыку социализации человека.

Люди пишут безграмотно, допуская элементарные ошибки, например, правило, которое знают даже первоклассники: “жи-ши пиши с буквой и”, нивелируется рядом пользователей интернета, многие путают “тсья и тьсья”. Что касается пунктуации, то она совсем не соблюдается, о существовании точки в конце предложения многие, как мне кажется, и не знают, они не знают, где ставить запятые, а знаки восклицания и вопроса достаточно часто используются не по назначению.

Впрочем, ответ на это можно сказать, что теперь каждый человек сам себе писатель, и ввиду этого авторские слова, если их можно назвать таковыми, всё чаще встречаются на просторах интернета и не только. За счет этого сократился разрыв между пользователями интернета, то есть людям

старшего поколения в интернете проще понимать молодых. В интернете сформировались довольно массивные комьюнити, и только представители этой общности понимают о чем идет речь. Например “Фанфики” – это короткий рассказ основа которого лежит в вымышленной Вселенной, успевшей набрать популярность. (фанфик по игровой вселенной “Мафия”, или по кинофильму “Крёстный отец”). Также фигурирует разная терминология из компьютерных игр, отдельные фразы из фильмов и сериалов используемые без контекста.

Основная проблема в построении отношений в наше время-трудность в подборе слов, молодые люди теряются в словах и чувствуют себя ужасно неловко, а диалоги проходят примерно так же, как первые шаги младенцев. Проблема общения лежит и во взаимоотношениях. Люди, как правило, не видят доброжелательности в лицах прохожих, и им проще замкнуться, чем обратиться к идущему рядом человеку.

Всё это несет разрушительный характер не только для коммуникативных навыков человека, но и не менее тяжелые последствия для языка в целом. Если носитель языка не может начать беседу или грамотно донести свою мысль до своего собеседника, то, как он может сохранить эту мысль, как он может сделать свою речь правильной, красивой и грамотной? На мой взгляд, еще не всё потеряно. Начать стоит с себя, следует менять свою речь, а именно начать говорить правильно и грамотно. В противном случае, если мы ничего не изменим, то нас ждет упадок русской речи и, как следствие, культуры.

Попробуй критично оценить свою речь, откажись от известных стандартов, которые мы приобретаем, общаясь через компьютерную сеть. Читай больше хорошей литературы, пользуйся грамотным выразительным русским языком, возьми на себя ответственность использование “великого, могучего русского языка”.

Литература

1. Брагина А.А. “Лексика языка и культура страны”, М.,2-е изд. 1996 – 177 с.
2. Веречугин Е.М., Костомаров В.Г. “Язык и культура”, М.,2-е изд. 1992 -1038 с.
3. Российская академия наук, Институт им. В.В. Виноградова “Современный русский язык в интернете”, 2014 – 328 с.
4. Российский Университет Дружбы народов, “Русский язык в интернете: Личность, Общество, Коммуникация, Культура” 2017 – 544 с.

РОЛЬ СМИ В РЕЧЕВОМ МАНИПУЛИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ СОЗНАНИЕМ

*Бачевская Карина Валериевна,
студентка I курса Института учета и финансов;
Колесниченко Людмила Владимировна,
старший преподаватель кафедры лингводидактики
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

Активное накопления знаний и развитие технологий на рубеже XX и XXI веков свидетельствуют о том, что в этот период начинает формироваться новое информационное общество, в котором основным фактором общественных изменений становится производство и распространение информации. И именно средства массовой информации – СМИ, которые иногда называют «четвертой властью», играют главную роль в формировании такого общества.

Целью статьи является анализ и изучение степени влияния средств массовой информации на сознание человека, его поступки и деятельность.

Проблемам изучения влияния СМИ на массовое сознание общества посвящены работы многих известных ученых: А.А. Гаврилова, С.А. Зелинского, Корогодина В.И., Назарова М.М., Скворцова Л.В. и многих других.

В настоящее время средства массовой информации (СМИ) - это составная часть политической системы общества.

СМИ представляют собой организации, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам. СМИ оказывают серьезное воздействие на общество, его состояние и развитие; могут содействовать прогрессу или тормозить его.

К наиболее значимым средствам массовой информации относятся: печатная продукция, видео- и кинохроникальные программы, специализированные средства массовой информации.

В обществе СМИ выполняют следующие главные функции: информационную - предоставление массовому читателю, слушателю или зрителю актуальной информации о самых различных сферах деятельности людей; и воздействующую, способствующую формированию нужного для тех или других СМИ понимания процессов, происходящих в жизни отдельного человека или общества в целом. Современные исследователи подчеркивают, что в XXI веке, в то время, которое характеризуется активным развитием коммуникационной среды в медиапространстве, функция воздействия и убеждения

начала вытеснять другие функции речи, и СМИ преобразуются в средства массового воздействия.

Кроме перечисленных, существуют и другие функции - регулирующая и культурологическая, но они играют значительно меньшую роль по сравнению с главными функциями.

СМИ предоставляют обществу оперативную информацию. Их задача состоит в том, чтобы рассказывать людям о тех событиях, которые произошли вчера и о тех, которые происходят сегодня, и, возможно, произойдут завтра. Недостаточное количество достоверной информации порождает слухи, мифы, а в кризисные ситуации - страх и панику. Необходимо отметить, что СМИ не просто информируют, сообщают о случившемся, но и пропагандируют определённые взгляды, позиции, политические установки, тем самым участвуя в социальном управлении, подталкивают человека к определённым поступкам и действиям, формируя общественное мнение.

По статистике средний потребитель информации проводит перед телевизором и слушает радио примерно 4 часа в день, а если учитывать, что это происходит ежедневно, то человек невольно впитывает и запоминает те сведения, которые доносят до него СМИ. Этого времени вполне достаточно, чтобы с помощью звука и видеоряда сформировать в сознании людей мнения, нужные заказчикам, даже если эти мнения противоречат реальности. Для этой цели разработаны специальные технологии информационного обмана, под которыми обычно понимается подача дезинформации, то есть ложной информации. В современном обществе истинность политической информации не может быть проверена на собственном опыте, поэтому человек вынужден доверять суждениям, которые преподносят ему СМИ.

Рассмотрим методы воздействия на психику человека через СМИ. Это:

- средства массовой коммуникации, информации и пропаганды;
- манипулирование массовым сознанием;
- особенности психологического воздействия телевидения;
- компьютерная игровая зависимость;
- кинематографические приемы манипуляций.

Наиболее эффективным является процесс манипуляции массовым сознанием. Термин «манипуляция» произошел от латинского слова *manipulare* и означает «управлять», «управлять со знанием дела», «оказывать помощь» и т.д. В современном мире манипулирование представляет собой систему способов идеологического и социально-психологического воздействия с целью изменения своих собственных выводов и поведения. Манипулирование включает разные категории: воздействие, убеждение, внушение, подчинение, управление, контроль. В манипуляции главное - воздействовать на психику и вызвать побуждение к действию. Как правило, манипуляция всегда имеет четкий и спланированный характер. Манипулирование может осуществляться через процесс производства новостей, в который входит сбор фактов, их фильтрация,

интерпретация и подача. В странах, где широко распространена цензура, существует дефицит информации. В странах с отсутствующей цензурой информационное поле открыто и происходит перенасыщение информацией, поэтому возникают критерии ее отбора, то есть общественная значимость и рыночный потенциал. В зависимости от значимости информация поступает в эфир, попадает на страницы различных изданий. Таким образом, манипуляция может происходить путем «сосредоточения внимания в центре информационного поля», а темы, признанные незначимыми, сознательно отодвигаются на второй план.

Одно из важнейших правил манипуляции сознанием гласит, что успех зависит от того, насколько полно удалось изолировать адресата сообщения от постороннего влияния. Идеальным вариантом будет полное отсутствие альтернативных неконтролируемых источников информации. При этом нужно создать иллюзию независимости каналов информации.

Существуют разные трактовки методов манипулирования в средствах массовой информации. Остановимся на тех, которые являются, на наш взгляд, наиболее весомыми:

- подтасовка фактов - предоставление заведомо ложной информации под видом подлинной;
- сокрытие важной информации и её деталей;
- распространение лжи и клеветы (приписывание человеку действий, которых он никогда не совершал);
- полуправда - метод манипуляции, который заключается в том, чтобы обеспечить доверие аудитории, объективно и подробно осветить конкретные, малозначительные детали и умолчать о более важных фактах или же дать общую ложную интерпретацию событий;
- наклеивание ярлыков - присваивание какому-либо явлению, событию, организации эмоционально-окрашенное название, причём отношение человека формируется на основе эмоций, а не логики;
- фрагментация. Информационные потоки разбиваются на отдельные фрагментные блоки, в результате чего не удастся сформулировать правильной и полноценной картины мира;
- сенсационность. На некоторых не особенно важных событиях средства массовой информации заостряют особое внимание, скрывая тем временем другую информацию;
- внушение. Журналист убеждает читателей в своей компетентности и тем самым попадает к ним в доверие [2].

С помощью СМИ создаются «массовые психозы». Через единый поток информации и массовую культуру СМИ превращают людей в огромную, но не собранную в одном месте толпу, каждый из участников которой должен обладать стандартным образом мыслей и действий.

Подведем итоги. СМИ в современном мире играют, безусловно, решающую роль в создании нового информационного общества. Однако сложившаяся на сегодня ситуация порождает неоднозначность их оценки: с

одной стороны, развитие массовой коммуникации и СМИ положительно влияет на осведомленность индивидов об окружающем мире, но, с другой стороны, за их развитием стоит фактор, собственно манипулирующий сознанием масс. Чтобы знать истинное положение вещей в мире, уметь их правильно оценивать и успешно противостоять всем методам влияния на психику человека, особенно способам манипуляции, необходимо быть образованным человеком и обладать критическим мышлением.

Литература

1. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. — М.: Добросвет, КДУ, 2009. — 234 с.
2. Дудихин, В.В. В какой степени сегодня информация СМИ может считаться достоверной? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.psychology-online.net/articles/doc-808.html>
3. Корогодина, В.И. Информация как основа жизни / В.И. Корогодина, В.Л. Корогодина. - Дубна: Феникс, 2000. - 110 с.

УДК 80.85

ВЛИЯНИЕ СОЦИУМА НА КУЛЬТУРУ РЕЧИ ШКОЛЬНИКОВ

*Башилова Виктория Артемовна,
обучающаяся 9 класса;
Смоленская Анна Михайловна,
учитель русского языка и литературы
Муниципального общеобразовательного учреждения
«Школа №133 г. Донецка»*

Проблема загрязнения языка на сегодняшний день является достаточно распространенной. Использование жаргонизмов, ненормативной лексики, умышленное использование неправильных форм или правописаний наносит серьезный ущерб культуре языка. В большей степени этим веяниям подвержена молодежь. Следует помнить, что наша речь не просто показывает уровень грамотности, развития эстетических качеств и культурных ценностей, но и отражает эти характеристики для всего социума. Кроме того, это важная составляющая часть духовной и нравственной культуры, развития интеллекта и воображения подрастающего поколения.

Все сказанное определяет **актуальность** настоящей работы.

Целью работы является выявление факторов, которые имеют сильнейшее влияние на формирование речевой культуры современной молодежи.

Достижению поставленной цели способствует решение следующих задач:

- проанализировать данную проблему и определить основы развития речевой культуры подростков;
- выявить возможные источники воздействия на речевую культуру современных подростков;
- составить рекомендации по формированию культурной речи.

Язык ученика многоцветен, разнообразен. Это мозаика, из которой можно при желании составить прекрасный яркий узор, а можно – уродливую черно-белую картину. Язык современного школьника включает в себя разнообразные языковые пласты.

Русский язык всегда был открыт для заимствований. Начиная с эпохи Петра I, он ориентировался на западную культуру, что вызвало проникновение в него многочисленных заимствований из западноевропейских языков. В наше время мы видим сильное заимствование американских и английских слов.

Другой поток, вливающийся в язык современного школьника, – это язык рекламы. Он, хотя и является специальным языком, не существует отдельно от языка вообще. В языке рекламы используются номинативные (назывные) единицы национального языка. Реклама представляет собой отражение жизни общества, как в материальной, так и в духовной сферах.

Эксперименты с речью рекламы привели к тому, что получился небольшой рекламный текст о современном подростке:

Не тормози, сникерсни! Пей липтон, ведь это вкус Родины! Не трогай знакомого со скителстранкой – заразишься. Выигрывай в Джойказино и стань миллионером, пользуйся «Жилет» – ведь лучше для мужчины нет, попробуй «Баунти» – это перенесет тебя на райский остров и ... сделай паузу, съешь твикс!

На примере этого текста видно, что вместе с появлением рекламы язык современного школьника пополнили грамматические формы, словообразовательные варианты, свойственные диалектам, просторечью и жаргонам.

Ненадолго остановимся и еще на одном специфическом явлении – языке компьютерщиков, который тоже является составляющей частью языка современной молодежи.

Компьютерный сленг – разновидность сленга, используемого как профессиональной группой специалистов, так и другими пользователями компьютеров. Один из распространенных способов, присущий всем жаргонизмам, это трансформация какого-нибудь термина:

- сокращение: компьютер – комп, винчестер – винт;
- универбация: материнская плата – мать, мамка, матка, струйный принтер – струйник, клавиатура – клавиша.

Наряду с компьютерным сленгом в язык школьника вливается язык Интернет-общения и язык субкультур. Так же активно используются

современными подростками значки смайлов, имеющие самое разнообразное значение.

Особое место в языке современного школьника занимает язык субкультур, например, «аниме». Сленг «аниме» представляет собой словесные кальки из японского языка. Например:

— «кавайно», «кавайный» – калька слова «милый», «симпатичный». В японском языке слово «кавай» означает «вызывающий умиление»;

— «ня» – японское звукоподражание мяуканью кошки, в нашем значении – «Ой, как хорошо»;

«няшный» – симпатичный, хорошенький;

«неко-мими» – кошачьи ушки;

«мангаку» – человека, который рисует мангу (японские комиксы), на основе которых потом снимается аниме.

Результатом такого общения может быть следующий текст: «Если ты наденешь неко-мими, сможешь сделать умильную рожицу, сказать «ня», то ты «кавайный».

К сожалению, у нас сплошь и рядом можно услышать похвалу в адрес человека, который свободно говорит по-английски. Восторженные же отзывы о владении человеком родным языком, о высшем уровне его культуры общения и поведения мы слышим гораздо реже, к тому же это выглядит как банальная констатация фактов, а не как некая восторженная оценка личности.

Слабое владение человеком родным языком, малограмотность, а то и неграмотность не становятся предметом публичного обсуждения, как и отсутствие у человека необходимого уровня культуры общения.

Но и эти оценки не приобретают публичного характера для личности. Школьники спокойно говорят о себе: «Я в грамотности слабоват...»; «У меня с русским проблемы...»; «Я слова плохо связываю...»

Многие забывают, что знание русского языка, культуру своего общения школьники и даже учителя должны совершенствовать в течение всей своей жизни.

Поэтому нами были подготовлены основные правила, которых необходимо придерживаться для совершенствования культуры речи.

1. Необходимо много читать. Важно обращать внимание на то, какие произведения лучше выбрать. Это должна быть качественная литература (современная или классическая), в которой передается чистая и грамотная речь. В таком случае не только пополняется словарный запас, но и приобретается навык правильно строить предложения.

2. Пользуйтесь словарями. Особенно обращайте внимание на синонимы. Это поможет избежать большинства лексических ошибок. Не бойтесь обратиться к толковому словарю, нельзя употреблять слова, значения которых неизвестны.

3. Не следует использовать слова, не имеющие смысловой нагрузки. Кроме того нужно избегать шаблонных фраз и научных терминов. Они отталкивают собеседника и желание слушать пропадает.

4. Смотрите качественные передачи, где присутствует речь диктора, а не просто ведущего. Следует больше внимания уделять ударениям, интонации и произношению неизвестных слов.

В заключении можно сделать вывод о том, что язык подростка многоцветен, разнообразен. Это мозаика, из которой можно при желании составить прекрасный яркий узор, а можно – уродливую черно-белую картину. Язык современного школьника включает в себя разнообразные языковые пласты. На сегодняшний день молодое поколение стремится сохранить русский язык. Ответственность за то, что через несколько лет наше общество не должно потерять интерес, а лучше полностью устранить недостатки разговорной речи, лежит именно плечах современных школьников.

Литература

1. Грачев, М. А. Словарь современного молодёжного жаргона : Более 6000 жаргонизмов / М. А. Грачев. – Москва : Эксмо, 2006. – 668 с.

2. Ермакова, О. П. Слова, с которыми мы все встречались : толковый словарь русского общего жаргона / О. П. Ермакова, Е. А. Земская, Р. И. Розина. – Москва : Азбуковник, 1999. – 320 с.

3. Мандрикова, Г. М. Русский язык как отражение интеллектуальной свободы личности : [как говорит современная молодёжь - результаты исследования речи школьников и студентов] / Г. М. Мандрикова // Народное образование. - 2013. – № 8. – С. 161-170. – Библиогр.: с. 170.

4. Современный русский язык. Теория. Анализ языковых единиц: В 2 ч. / Под ред. Е.И. Дибровой. - М., 2001. - Ч. 1.

УДК 811.161.1' 373

ЗАИМСТВОВАНИЯ В ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЕ «НАИМЕНОВАНИЯ ВИДОВ ОДЕЖДЫ»

*Бондаренко Екатерина Сергеевна,
студентка II курса факультета
компьютерных наук и технологий;
Лазарева Людмила Константиновна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

Одежда в широком смысле этого слова является важнейшим компонентом материальной культуры любого социума, что определяет

значение данного феномена для языковой и этнической культуры. Будучи предметом первой необходимости, одежда используется человеком во всевозможных жизненных ситуациях, выполняя защитную, утилитарную, эстетическую, информационную функции.

Принято считать, что одежда – это изделия из разных тканей, которые использует каждый человек для покрова и защиты своего тела. Каждому народу присущи свои особенности в создании одежды, ее видах и ношении. Одежда каждого народа создавалась и изменялась на протяжении всей истории. Она никогда не оставалась такой, какой была в первоначальном виде. На внешний вид одежды влияли изменение культурных и бытовых традиций народа, а также его взаимосвязь с другими народами. Особое место в этой связи занимает традиционный народный костюм, способствующий изучению истории народа, помогающий определить происхождение народа, его развитие, обычаи и традиции, а также указать, с кем контактировал.

Культурная парадигма нашего времени является своеобразным определяющим началом в составлении той совокупности предметов одежды, что представляет собой гардероб современного человека. Следует отметить принципиальное влияние модных тенденций, преимущественно европейских, на этот процесс.

Лексика, обеспечивающая функционирование данной денотативной сферы как естественная часть лексической системы языка, рассматривалась с различных точек зрения: в социолингвистическом аспекте[2], с позиции изучения фразеологического фонда[4], нередко внимание исследователей привлекали процессы заимствования.

Но, несмотря на такое внимание к единицам данной лексической группы, вопрос изучения их остается по-прежнему **актуальным**. Это обусловлено следующими причинами. Словарный состав языка обновляется чрезвычайно быстро. Среди прочих единиц лексического корпуса есть такие, что подвержены наиболее значительным изменениям. Данная группа лексики именно такова. Являясь одним из важнейших атрибутов существования современного общества, будучи под сильнейшим воздействием процессов глобализации, происходящих в мире моды, играя своеобразную роль специфического невербального средства коммуникации, выступая в качестве некоего компонента ментальности определенного социума, она находится в состоянии стремительных постоянных изменений, занимает определенное место в лингвокультурном словаре XXI века. Все вышеуказанное и предопределяет необходимость анализа этой ЛСГ в каждый исторический период её существования.

Задачей данной статьи является наиболее общее лингвокультурное описание лексических единиц концепта «одежда».

Анализ исследуемого материала показал, что в словаре носителей русского языка начала XXI века лексика, именуемая различными предметами гардероба, представляет собой преимущественно заимствования разных исторических периодов. «Под заимствованным словом следует понимать

всякое слово, пришедшее в русский язык извне, даже если оно по составляющим его морфемам ничем не отличается от исконно русских слов» [7, 86].

Значительная часть наименований одежды - собственно лексические заимствования (брюки, пальто, юбка и др.), однако в языке достаточно исконно русских слов. Вот несколько таких слов: сорочка, рубаша, портки, ворот, пояс, подол, варежка, лапоть, портянка, стелька, сорочка, дублёнка, рукав, воротник, платье и др.

Существуют разные причины появления заимствований в языке.

Внешние *причины* – это, прежде всего, случаи заимствования наименований вместе с заимствованием поименованного предмета; это лингвокультурные следствия контактов наших предков с другими народами. Например, контакты с тюркскими племенами привели к появлению тюркских слов, часть из которых называют предметы одежды: *башмак, армяк, колпак, кушак, тулуп, шаровары*.

Внутренние *причины* – это необходимость преобразования лексической системы языка. Одним из таких типов могут являться заимствования. Такие слова, чаще всего, когда приходят в русский язык, имеют такую же грамматику как *русские* слова.

В XVIII веке в русский язык были заимствованы такие слова, обозначающие названия гардероба: галстук, картуз, кашне, костюм, жилет, пальто. Петр I проводил различные преобразования в России, которые сблизили её с западноевропейскими государствами. В связи с этим в русском языке появились слова германской группы языков, называющие одежду, например: бант, брюки.

Из Франции пришли такие названия элементов гардероба: беж, берет, бигуди, блуза, болеро, бордо, ботинок, браслет, бретель, брошь.

Особой является часть слов, пришедших из английского языка. Это одна из многочисленных групп слов иностранного происхождения. Слова, заимствованные из английского языка: блейзер, брюки, блуза, вельвет, деним, джемпер, джерси, джинсы, кардиган, капрон, клатч, клипсы, пиджак, пуловер, свитер, твид, топ, тренч, плед, смокинг.

Некоторые заимствованные слова, такие как свитер, влились в лексический состав русского языка, приняли особенности его произношения и грамматики.

Например, название свитера происходит от английского «to sweat» - потеть. Заимствованное слово свитер склоняется так же, как другие русские слова такого типа: свитер, свитера, свитеру, свитер, свитером, о свитере. Орфоэпия этого слова в родном языке отлична Sweater [свэйте].

Существует несколько фонетических признаков заимствованных слов в русском языке:

- наличие начальной буквы «а»: армяк.
- наличие сочетаний согласных «ге», «ке», «ве» в корне: гетры, кеды, вельвет.

- наличие сочетаний «бю», «пю», «кю», «мю» в корнях слов: капюшон, бюстгальтер.

- произношение твёрдого согласного звука перед гласным э: свитер [тэ].

Фонетическими признаками заимствований слов из разных языков являются:

1) из тюркских языков:

- встречающиеся гласные а, у, редко – и, никогда не встречаются гласные Я, Е, Ю, Ё;

- гласная а почти всегда повторяется в слове (карман, башмак).

2) из немецкого, голландского языков:

- сочетание согласных шт, ст, шл, нт, фт (штаны, галстук, бант);

3) из французского языка:

- ударение всегда стоит на последнем слоге (кашне, жабо);

- сочетание звуков [он] (капюшон, помпон, шиньон).

4) из английского языка:

- сочетание звуков дж (джерси, джинсы);

- сочетание звуков инг на конце слова (собственно говоря, это суффикс) – смокинг.

Можно также выделить некоторые морфологические особенности заимствованных слов:

- несклоняемость существительных: кашне, жабо, пальто.

- морфологическая невыраженность числа и рода существительных: пальто, джерси.

- заимствованное слово не разлагается на составные части. Например: в словах башмак, пуловер, кардиган нельзя выделить морфемы;

- от заимствованных слов, обозначающих название одежды, нельзя образовать однокоренные слова. Однако у некоторых они все же есть: беж – бежевый, юбка – юбочка и др.

- наличие суффиксов существительных -он- и -ер- : шиньон, свитер, др.

- много названий образовано с помощью добавления суффикса к иноязычному корню, например, бейсбол-к-а, кросс-ов-к-и, футбол-к-а, балет-к-а, велосипед -к- а, олимпий-к-а.

Исследуя происхождения некоторых слов, обозначающих наименования одежды, можно выделить следующие признаки их образования:

Слово	Признак словообразования
Шорты	Длина
Кардиган	Имя собственное
Гольфы	Род занятий
Дафлкот	Материал
Тренчкот	Род занятий

Вьетнамки	Местность
Купальник	Род занятий
Болеро	Род занятий
Джинсы	Материал
Толстовка	Имя собственное
Галифе	Имя собственное
Рубашка	Род занятий
Смокинг	Род занятий
Портянка	Материал
Балаклава	Местность

Таким образом, названия одежды имеют различные способы словообразования, что говорит об их широком лексическом разнообразии.

Итак, значимые события и процессы в истории имеют огромное влияние на наименования одежды, которые представляют собой истинное лексическое богатство языка, заслуживающее обстоятельного и всестороннего исследования на разных исторических этапах развития общества. Состав лексико-семантической группы «наименования видов одежды» постоянно меняется, так как лексика эта активно используется в лексиконе каждого члена социума. Тенденция заимствования в этой сфере – это естественный и закономерный процесс, характерный для развития любого современного языка.

Литература:

1. Горбаневский М. В. В мире имён и названий. — Изд. 2-е, перераб. и доп. — М.: Знание, 1987. — 208 с.
2. Маркова Е.В. Лексико-семантическая и функциональная характеристика наименований дворянской одежды в русском языке 1-й половины XIX в.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М.- 2008.
3. Пасхалов А. П. Увлекательная этимология / Пасхалов А. П. – М.: Энас-книга, 2013. – 268 с.
4. Тихомирова А.В. Ассоциативно-дерационная семантика наименований одежды в русской языковой традиции: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2013.
5. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4 тт. — М., 1964—1973.
6. Чжан Линь. Фактор заимствования в тематической группе «наименования видов одежды». – Вестник СПбГУ. Сер.9. 2014. Вып.3, с. 183-189.
7. Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка: учебное пособие для студентов педагогических институтов по специальности «Русский язык и литература»/ Н.М.Шанский – Издание 2-ое, исправленное.- М.: Просвещение, 1972.– 368 с.

РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ». ОБЪЯВЛЕНИЯ

*Бондаренко Маргарита Родионовна,
студентка 1 курса факультета компьютерных наук и технологий,
Мачай Татьяна Александровна,
кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Объявление — это жанр официально-делового стиля, в котором кратко сообщается какая-либо важная информация (о продаже / покупке, о потере / находке, о приёме на работу, различных услугах, о переносе какого-либо события на другое время, о проведении или отмене какого-либо мероприятия и т. д.).

Объявления в социальной сети можно отнести к вторичным (сложным) речевым жанрам, то есть возникающим в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного общения.

В социальной сети «Вконтакте» множество людей размещают объявления разного плана. Чаще всего публикуют объявления о покупке либо продаже, о предложении или поиске работы и о проведении какого-либо мероприятия.

Структура таких объявлений зачастую такова:

1. Автор объявления приветствует читающего (*Доброго времени суток! либо Всем привет!*)
2. Главная часть объявления (*В честь дня факультета КНТ мы проводим...; Продается цветной телевизор с диагональю 32 дюйма...*), где сообщаются детали, которые должны заинтересовать читателя.
3. Стоимость продукта либо услуг.
4. Указан способ связи (необязательно). Это может быть номер телефона или адрес электронной почты (*Часто говорят «Пишите в лс»*). Если ничего не сказано о способе связи, то с человеком можно связаться, посетив его профиль и перейдя к диалогу.

Разделение на абзацы может отсутствовать. Нередко встречаются грамматические ошибки автора объявления. Например, написание имен собственных с маленькой буквы, неправильная расстановка знаков препинания.

Помимо ошибок, пользователи социальных сетей позволяют себе некультурные выражения, сленг и использование нецензурных слов. В объявлениях подобные явления встречаются редко.

Среди обращений в интернет-коммуникации преобладает дружески-неофициальный и нейтрально-вежливый регистры общения.

Объявления размещаются в тематических группах в социальной сети. Так, объявление о концерте на день факультета может быть опубликовано в группе факультета и университета. Объявление о продаже автомобиля, скорее всего, будет опубликовано в соответствующей группе города, в котором будет происходить продажа.

Исследователи Золтнер О.В. и Шабурова Е.Е. указывают на важность того, какой тип у сообщества (группы в социальной сети). Оно может быть открытое или закрытое. Так, в открытых сообществах та же семантика и структура обращений к адресату гораздо богаче, чем в закрытых, где у подписчиков отсутствует возможность оставлять записи в сообществе («на стене») [1].

Чаще всего, объявления в социальной сети представляют собой только текст. Однако, встречаются и объявления, дополняемые эмотиконами (смайлики для передачи эмоционального состояния участников общения) и картинками. Авторы таких объявлений рассчитывают, что читающий их человек скорее обратит на них своё внимание.

Чтобы понять, как происходит процесс языкового взаимодействия в социальных сетях, следует обратить внимание на то, что сейчас появился новый вид речи – письменная разговорная. Благодаря интерактивности коммуникации в Интернете, темп письменной речи приближается к её устной разновидности.[2]

Важная особенность письменной разговорной речи – использование смайлов и «капса» (англ. „CapsLock“ – фиксация смены регистра на прописные буквы). Это позволяет компенсировать передачу эмоций и тембра, а также акцентировать какую-либо часть высказывания.

Нельзя не заметить, что пользователи социальных сетей и мессенджеров пользуются не только смайлами, но и не менее простым способом передачи эмоций – графическим, а именно написанием знаков и символов таким образом, чтобы они отображали чувство или отношение к чему-либо. Например:

:) - улыбающийся человек, позитивная эмоция.

:(- грусть.

;(- плачущий человек.

^__^ - довольный человек.

:* - поцелуй.

Таким образом, объявления существуют в социальной чети «Вконтакте» как отдельный речевой жанр в то время, как речь в целом можно охарактеризовать как письменную разговорную.

Литература

1. Золтнер О.В., Шабурова Е.Е. Этикетные особенности интернет-коммуникации (на материале сообществ социальной сети "Вконтакте") // Коммуникативные исследования. 2017. №4 (14). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/etiketnye-osobennosti-internet-kommunikatsii-na-materiale-soobschestv-sotsialnoy-seti-vkontakte> (дата обращения: 27.05.2019).

2. “Язык социальных сетей как социокультурный феномен”: курсовая работа. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=599599> (дата обращения: 27.05.2019).

УДК 81.27

ЯЗЫК В ПРОСТРАНСТВЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

*Братченко Владислав Александрович,
студент 1 курса факультета производственного
менеджмента и маркетинга*

*Балко Марина Владимировна,
доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Русский язык в обществе новейшего периода значительно отделился от того образцового его варианта, который характерен для произведений классической литературы. На сегодняшний день русский язык актуализируется, прежде всего, в текстах средств массовой информации, в том числе сверхсовременных (в блогах, на форумах и т. п.). Язык СМИ является одним из важнейших факторов, влияющих на развитие русского литературного языка XXI века [3].

СМИ (а значит, и их язык) доступны большинству людей ежедневно, они объединяют общество в неразрывное информационное и культурное пространство, определяют его ценности и ориентации. Что общего у москвичей и дончан? В первую очередь, русский язык – понятный всем его носителям и поэтому составляющий основу для этой многомиллионной аудитории. Русский язык, будучи богатым и высокоразвитым, представлен в самых разных жанрах СМИ – в новостях на федеральных и местных каналах, в развлекательных телевизионных шоу, в «жёлтых» журналах, в телесериалах и художественных фильмах как продуктах массовой культуры и, конечно же, в онлайн-СМИ, социальных сетях. Ввиду таких разнообразных функциональных проявлений видится необходимым различать профессиональные и непрофессиональные журналистские тексты относительно их формы и содержания, понимать особенности производства, передачи и восприятия текста в цифровой среде.

Цифровая революция, порождённая и всячески подогреваемая стремительным развитием ИКТ, затронула все сферы современного общества: политику, экономику, социальные институты, образование, стиль мышления и поведения людей. Особенно ощутимы результаты этого процесса именно для СМИ. Повсеместная цифровизация медиaprостранства обуславливает то, что современные люди большую часть свободного времени тратят на потребление цифровых медиапродуктов, причём всё большую популярность получают новые медиа – спутниковое и кабельное телевидение, интернет-СМИ, социальные сети. В результате медиапотребление становится всё более нелинейным (по запросу).

Русский язык, безусловно, изменяется под влиянием СМИ. Так, заметно стираются диалектные особенности, поскольку родной язык звучит одинаково в разных регионах и населённых пунктах (люди смотрят одни и те же телепередачи, фильмы, слушают радионовости, потребляют рекламный продукт). В связи с этим, нельзя не согласиться с Л. А. Вербицкой, которая призывает серьёзно задуматься над тем, чтобы сохранить русскую речь (особенно устную) «яркой, прекрасной, нормативной» [1].

Чрезвычайно важно следить за тем, как развивается язык и изменяются языковые нормы. Сегодня русский язык, представляющий собой ведущий инструмент влияния государства на общество и их взаимодействия, в устной форме всё чаще звучит из модных гаджетов. Формирование информационного общества, основанного на знаниях, ведёт к тому, что объёмы доступной реципиентам цифровой информации значительно выросли. Переизбыток информации, который фиксируем уже как данность, стал как благом, так и существенной проблемой.

С одной стороны, пользователи теперь могут самостоятельно определять и корректировать свою информационную повестку дня (выбирать интересующий их медиапродукт). С другой стороны, они испытывают постоянную необходимость критически оценивать информационную среду и предлагаемый ею продукт, в том числе и с позиций речевого оформления (так, пользователи с высоким интеллектуальным уровнем вряд ли заинтересуются низкопробным материалом, пестрящим жаргонизмами и вульгаризмами).

На сегодняшний день интернет представляет собой современную журналистику мнений. Этот вид журналистики, которую, например, газеты в США предлагают на специально отведённых полосах мнений (Opinion), направлена, прежде всего, на обсуждение новостей, а не сообщение их, на развёрнутую полемику по той или иной актуальной теме. Большая часть интеллектуальной жизни сейчас представлена именно в сетевом пространстве. Нередко блоги непрофессиональных журналистов, благодаря технологичности новых медиа, могут успешно конкурировать с качественными документальными программами и профессиональными журналистскими расследованиями. Прогресс технологий во многом удешевил и производство, и распространение информации.

Ввиду всего сказанного следует помнить, что речь каждого человека, предлагающего реципиентам свой информационный продукт, должна стать образцовой, поскольку он становится транслятором нормы широкой публике (теоретически – всему русскоязычному обществу). Потому сегодня, как никогда актуально особое внимание социума к вопросам культуры речи.

Литература

1. Вербицкая Л. А. Приветственное слово участникам конференции / Л. А. Вербицкая // Научно-практическая конференция «Учимся говорить по-русски. Проблемы современного языка в электронных СМИ». – М. : МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016.
2. Вартанова Е. Новые медиа как культурное пространство современного общества / Е. Вартанова // Меди@льманах. – 2015. – № 4. – С. 8–10.
3. Солганик Г. Я. О современной культурно-речевой ситуации / Г. Я. Солганик // Актуальные проблемы стилистики. – 2016. – № 2. – С. 23–30.

УДК 378:656.2

СЕМАНТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В АНГЛИЙСКОМ МОЛОДЕЖНОМ ЖАРГОНЕ

*Васильева Виолетта Евгеньевна,
студентка I курса электромеханического факультета;
Статкевич Елена Анатольевна,
старший преподаватель кафедры
«Русский и иностранные языки»
ОмГУПС «Омский университет путей сообщения»*

В век информации, когда достижения современных наук, техники, производства становятся достоянием широчайших слоёв общества, совершенно естественно, что сообщения в них не могут обойтись без терминов. В литературный язык входят термины и приобретают с течением времени общечеловеческую значимость. В лингвистических исследованиях особое место занимает лексика такого слоя разговорного языка, так как акцент делается на ярко выраженную оценочно-эмоциональную функцию рассматриваемых терминов. Существует английская лексикологическая традиция, в которой все эти термины рассматриваются в связи с различными социальными группами общества. Многообразие оценочной семантики данных терминов послужили объектом исследования. Термины жаргоны, аргы, сленг представляют собой равные пласты нелитературной лексики, характерные для разговорной речи, которая отличается образностью,

экспрессивностью и оценочностью. Эти черты особенно ярко проявляются в речи молодежи.

Целью данной работы является исследование оценочной лексики в современном американском молодежном жаргоне. Многие рассматриваемые жаргоны крайне редко используются в разговорной речи. Их можно услышать в англо-американских фильмах, демонстрирующих молодежную неформальную атмосферу или можно встретить на страницах так называемой желтой прессы. Актуальность исследования заключается в том, что слой рассматриваемой нами лексики является мало изученным и систематизированным.

Жаргон - это «разновидность речи, используемой преимущественно в устном общении отдельной относительно устойчивой социальной группой, объединяющей людей по признаку профессии, положения в обществе, интересов или возраста» [3, с.151].

В нашей работе мы остановимся на трёх группах жаргонной лексики: подростковый (*teenage*), уличный (*street*) и студенческий (*college, students*) жаргоны. Уличный и студенческий жаргоны – это варианты молодежного жаргона. В зависимости от условий одна и та же группа людей может пользоваться разной лексикой, например, в колледже или университете - одной, на улице-другой.

В молодежной лексике можно выделить несколько тематических групп жаргонизмов, отражающих интересы и род знаний молодёжи:

1. Лексика, связанная с учебной деятельностью (*blob* – ошибка, *prof*(*professor*) – профессор);
2. Развлечения (*crawl* – танец, *drag* – танец или вечеринка с танцами);
3. Наркотики и алкоголь (*blotter* – наркотики ЛСД, *hooter* – сигарета с марихуаной);
4. Слова, употребляющиеся на территории университетского общежития (*bunkie* – сосед по комнате).

В значении слова выделяется два основных компонента: дескриптивный и оценочный. Дескриптивный компонент - это объективные свойства предмета речи, например, (молодая девушка). Оценочный компонент значения выражает только отношение субъекта к объекту, например, *pig* (отвратительная, уродливая девушка).

При изучении жаргона следует обратить внимание на коннотативное значение слова. И.В. Арнольд[1, с.153] выделяет четыре компонента коннотации: эмоциональный, оценочный, стилистический и экспрессивный. Большая часть молодёжного языка имеет ярко выраженное оценочное значение, которое является одним из определяющих черт данного пласта разговорной лексики. Оценочные слова можно разделить на две группы.

Лексика, обозначающая предметы или явления, которым даётся оценка (*howl* – что-либо весёлое, забавный случай, *scuzz* – грязь, что-либо гадкое, неприятное);

Лексика, используемая для названия лиц (*grind*– «зубрила», скучный, прилежный студент, *pig*– уродливая девушка).

Оценки могут быть даны по различным признакам:

Красивый (*P.F. D. (potential formal date)* – человек, который хорошо выглядит, с привлекательной, остроумный человек);

Некрасивый (*cromagnon*– уродливый мужчина, *roach (cockroach)* – непривлекательная женщина);

Умный(*shark*– очень способный студент, особенно такой, который не очень прилежно учится);

Глупый (*conehead*– «интеллектуал», глупый человек, *cretinoid* – кретин, идиот, *droid*– глупый, медлительный или лишённый воображения человек);

Неаккуратный (*dip*– неряшливый, неаккуратный человек,/ *fish* - беспорядочная женщина);

Весёлый (*twinky/twinkie*– привлекательный, остроумный человек);

Скучный (*grunge* – скучный человек, *Melvin* – скучный человек);

Ненормальный/неадекватный (*j-cat* – сумасшедший, ненормальный человек, *wombat*– странный человек);

Приятный по отношению к человеку или вещи (*boodle* – сладости, лакомства, *suave/swave*– изысканность и привлекательность человека);

Неприятный/отталкивающий, по отношению к человеку или вещи (*hodad*– неприятный, отталкивающий человек, *loady* – пьяница, алкоголик).

Можно выделить группу существительных, которые имеют значение «прилежный», но употребляются с иронией или презрением, например, «зубрила» (*melvin*–прилежный, непривлекательный студент, *squid*–серьезный студент, «зубрила»).

В соответствии с классификацией Н.Д.Арутюновой [2,с.198-200] рассматриваемые нами существительный имеют следующие частнооценочные значения.

1.Сенсорно-вкусовые оценки (*P. F. D. personal Formal date*) – человек, который хорошо выглядит, с кем не стыдно «показаться на люди», *gross-out*– отвратительное действие или ситуация);

2.Психологические оценки делятся на интеллектуальные (*shark*–очень способный студент, *meat*–глупый человек) и эмоциональные (*boodle*–сладости, лакомства, *hodad*–неприятный, отталкивающий человек);

3.Эстетические оценки, которые являются синтезом сен-сорно-вкусовых и психологических оценок (*twinky/twinkle*– привлекательный, остроумный человек, *scuzz*– грязь, непристойность, нечто отвратительное, гадкое);

4.Этические оценки (*lam/lane/laine*– честный справедливый человек).

Сенсорно-вкусовые и психологические оценочные значения Н.Д. Арутюнова объединяет в группу оценок, связанных с чувственным или психическим восприятием человека. Оценочные предикаты этой группы характеризуются субъективной оценкой.

Этические и эстетические оценки объединяются Н.Д. Арутюновой во вторую группу частнооценочных значений и составляют «ядро духовного начала человека». Данные оценочные значения часто встречаются в речи американской молодёжи.

Молодёжный жаргон можно распределить по двум основным сферам употребления: уличный (*street*) и студенческий (*college students*). Для первой группы характерен ряд слов, которые можно услышать от молодёжи на улице (*deb*– девушка, входящая в уличную банду, *lard, pig* - полиция (грубо), *meth*– денатурированный (этиловый) или метиловый спирт).

Для студенческого жаргона характерны слова, связанные с учебной деятельностью (*anchorman*– студент, занимающий последнее место в учебном рейтинге, – профессор, *shwench*– первокурсница).

Большая часть оценочных существительных несёт отрицательное значение (примерно 85% существительных). Отрицательная оценка направлена, прежде всего, на физические и умственные способности человека и представлена разными видами частной оценки. В связи с возросшим интересом междисциплинарных взаимодействий в последнее время актуализируется вопрос о функциях языка и языковых единиц. Они представляют собой проявление его сущности и назначения в обществе, его природы и его характеристик. Двумя главнейшими функциями языка являются: коммуникативная-быть базовым средством общения: когнитивная и познавательная. «Более частные функции языка определяются исходя из структуры речевого акта, необходимыми компонентами которого являются; говорящий субъект. адресат речи и то, о чем делается сообщение. «Соответственно этой схеме австрийский психолог К. Бюлер выделил три функции языка: репрезентативную-обозначение внеязыковой действительности; экспрессивную-выражение внутреннего состояния говорящего и аппелятивную-воздействие на адресата речи.» [4, с.110] По Бюлеру, языковой знак, реализуя указанные функции, обнаруживает разные стороны своей природы. Именно в молодежном английском сленге четко прослеживаются все эти функции.

Молодёжный жаргон постоянно изменяется благодаря пополнению и обновлению своего запаса, что происходит за счёт метафорического употребления общеизвестных литературных слов и различных способов словообразования.

Литература

1. Арнольд И.В. Стилистика, Современный английский язык: Учебник для вузов. - М.– 2002. – С. 153.
2. Арутюнова Н.Н. Обще- и частнооценочные значения // Язык и мир человека. – М., 1999. – С. 198-200.
3. Поливанов Е.Д. Жаргон / Лингвистический энциклопедический словарь.- М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 151.
- 4.Энциклопедия «Русский язык». 2003. – С.110.

РУССКИЙ ЯЗЫК КАК УНИВЕРСАЛЬНОЕ СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Вовченко Александр Александрович,
учащийся 10 класса МОУ г. Горловки «Лицей № 47 «Старт»;
Ткачёв Владимир Игоревич,
преподаватель иностранных языков и мировой литературы
МОУ г. Горловки «Лицей № 47 «Старт»*

В XXI веке межкультурная коммуникация является неотъемлемой частью жизни любого человека. Это обусловлено происходящими процессами глобализации экономического, политического и культурного аспектов сотрудничества. В связи с этим, изучение особенностей и факторов, способствующих эффективной межкультурной коммуникации является перспективным и актуальным направлением научных исследований.

Язык - это средство общения, средство выражения мыслей. Язык служит коммуникации, это главный, самый эксплицитный, самый официальный и социально признанный из всех видов коммуникативного поведения

В контексте межкультурного взаимодействия язык выступает ключевым средством, используемым для осуществления коммуникации, создающим единое коммуникативное пространство, а также он обеспечивает хранение и передачу культуры, традиций и общественного самосознания. Язык стоит на страже своего народа. Он позволяет разделять людей на «своих» и «чужих». В то же время, услышав иностранную речь в своей стране, мы сразу обращаем на это внимание и это вполне естественно. История демонстрирует нам непосредственную роль языка в определении друга или врага, или же другими словам «своего» и «чужого». Но язык имеет и безграничные возможности формирования толерантности.

Многочисленные этнические и религиозные конфликты, националистические настроения в современном мире зачастую оказываются продиктованными категорическим нежеланием культурных перемен, связанным с непониманием и неприятием чужих ценностей.

Одной из сложных и многоаспектных и, тем не менее, актуальных проблем современности является проблема соотношения языка и культуры. В российской науке на этот счет имеется как минимум два основных подхода. Пожалуй, одним из главных и основных свойств языка является его универсальность, которая позволяет реализовать внутрикультурное и

межкультурное общение. Язык выступает в качестве основного средства общения между людьми. С точки зрения его коммуникативной функции он может быть назван основным средством общения.

Причины неприятия чужих ценностей в том, что чаще всего люди не озадачиваются теми глубинными различиями в мироощущении и мироотношении, которые лежат в основе тех или иных проявлений людей. Как правило, поведение человека оценивается сквозь призму своей культуры, что является этноцентризмом, причём чаще всего он носит бессознательный характер.

Перевод текстов - это конкретный процесс межкультурного взаимодействия, процесс объяснения одного культурного кода другим. Нередко при переводе теряются тонкости и смысловые оттенки, особенности и нюансы иностранного языка, текст упрощается, а порой искажается, обретая двусмысленность. Не случайно в языке закрепились формулы: «непереводимая игра слов». Творческий переводчик, глубоко понимающий обе культуры, имеющий личный опыт контактов, владеющий в совершенстве обоими языками, способен своим переводом обогатить язык, органично подобрав смысловые эквиваленты.

Любой перевод - это интерпретация, расшифровка смысла, стоящего за очевидным смыслом, осознанная или неосознанная попытка преодолеть дистанцию между культурами коммуникантов. Чем больше различий в культурах партнеров по коммуникации, тем больше различий в толковании слов, поведения и символов. В современной науке заметна тенденция к отказу от поиска единственно правильного смысла текста. Текст все чаще рассматривают как задающий веер возможностей своей интерпретации, обладающий множественностью смыслов. При таком подходе бессмысленным оказывается тезис о «правильном» истолковании текста.

Многие факты русского языка свидетельствуют о том, что язык есть для нас не просто лингвистическая система, одна из многих, он жизнь, освещённая божественным светом. В нем запечатлена миссия русской нации, что подтверждает И.С. Тургенев словами: «...Но нельзя верить, чтобы такой язык не был дан великому народу».

Необходимо помнить, что именно через язык в обществе осуществляется связь поколений. «Сын всегда говорит языком отца своего», поэтому особенно страшно за детей, слушающих изо дня в день скверную брань. Когда такие дети вырастут, им будет трудно создать свой семейный очаг, где был бы уют, где было бы хорошо им самим и их детям. Только в доме, где родители хранят целомудрие речи, у детей вырабатывается стойкое отвращение к сквернословию, что является надежной защитой от общения с дурными компаниями. Именно правильность

речи в семье формирует представления о норме и о ценностях дальнейшей жизни ребёнка.

Русский язык есть для нас не просто лингвистическая система. В нем запечатлена миссия русской нации, что подтверждает И.С. Тургенев словами: «...Но нельзя верить, чтобы такой язык не был дан великому народу».

Литература

1. Костомаров В. Г., Верецагин Е. М. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. - М., 1990.
2. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. - М.: Слово, 2008.
3. Маслова В. А. Лингвокультурология: уч. пос. - М.: Изд-ий центр «Академия», 2001. - 208 с.
4. Мечковская Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура. - Изд-е 3. - М.: ИЦ «Академия», 2008.- 432 с.

УДК 81' 62

ЯЗЫК ОБЩЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

*Горбунов Никита,
студент 1 курса факультета компьютерных науки технологий;
Мачай Татьяна Александровна,
кандидат педагогических наук,
доцент, заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Общепризнанным является тот факт, что язык человека выполняет такие важные функции, как коммуникативную (реализующую обмен информацией между людьми), когнитивную (иными словами, познавательную), консервирующую (хранение информации), эстетическую, эмоционально-экспрессивную, контактоустанавливающую, функцию разъяснения средствами языка самих тонкостей языка и другие [1].

Анализ вербального общения современных Интернет-пользователей позволяет констатировать, что в процессе реализации этих функций носители русского языка активно образуют новые специфические языковые формы. Некоторые ученые ассоциируют их с понятием «сленг».

В настоящее время существует множество определений слова «сленг». Наш взгляд, самым точным является следующее определение : «Сленг – это

яркий, экспрессивный слой нелитературной лексики, стиль языка, который занимает место, прямо противоположное крайне заформализованной речи. Сленг – это живой, подвижный язык, который идет в ногу со временем и реагирует на любые перемены в жизни страны и общества» [3, с.5].

В наше время компьютерный сленг может рассматриваться как конкурент общелитературного языка. Конечно, чрезмерное употребление жаргонных и сленговых элементов по большей мере на языке отражается негативно , так как наша речь – это не только показатель уровня грамотности и эстетического развития человека. Запретить использование сленга в Интернет-общении бесперспективно, особенно среди молодежи. Как языковая система он будет продолжать свое развитие, тем более что коммуниканты тщательно следят за тем, чтобы их речь была максимально выразительна . Слишком частое употребление отдельных единиц в речи снижает ее экспрессивность , поэтому устаревшие с точки зрения участников Интернет-общения слова выходят из употребления и заменяются новыми, при этом формы тех и других не всегда различаются. В большинстве случаев эти слова сосуществуют некоторое время в качестве синонимов. Таким образом, словарный состав у участников Интернет-общения постоянно обновляется.

Однако компьютерный сленг характеризуют такие свойства, что выводят его за рамки собственно сленга. Существенным отличием компьютерного (пользовательского) сленга от обычного является наличие у него письменной формы. Эта форма пользовательского сленга существования преобладает.

Интересной и важной характеристикой компьютерного сленга является полифункциональность его лексических единиц. Например, любая новая единица, которая появляется в его составе, кроме того, что обслуживает участников Интернет - общения, становится единицей общелитературного языка. Если бы мы говорили о сленге молодежи в странах СНГ, то в первую очередь вспомнили бы о заимствованных из английского языка словах, ведь это международный язык, наиболее изучаемый в нашей стране. Но сейчас дело обстоит несколько иначе: мы говорим о языке, из которого и происходит большинство заимствований в подавляющее большинство остальных языков. Возникнув как профессиональный жаргон программистов и компьютерщиков, компьютерный сленг очень быстро выходит из узкого круга языка специалистов. Компьютерный сленг постоянно увеличивает число своих носителей.

Рост числа пользователей компьютерного сленга как средства общения растет, охватывая не только программистов, но и рядовых пользователей. Письменная речь участников Интернет-общения становится богаче и

разнообразнее устной речи носителей языка. Прогресс технологий рождает новые интерфейсы и формы. Например, такое невербальное средство общения, как «смайлик». Безусловно, для передачи эмоций эти «смайлики» стали очень удачным решением.

Нельзя также обойти стороной и такую проблему, как переход слов из сленга в разряд общелитературных. Чаще всего, нормативными становятся достаточно старые, успевшие притереться сленговые слова. Слово при этом теряет свою эксцентричную окраску. Немаловажную роль в этом играют газеты и журналы. Сленговое слово появляется в них в большинстве случаев из-за того, что нормативные слова, им соответствующие, неудобны при частом использовании или вообще отсутствуют. Журналы же, часто употребляют сленговые слова в изобилии, чтобы создать более веселую, молодежную атмосферу. Возьмем фрагмент из журнала «Страна игр» за август 1996 года: «Фанаты быстренько окрестили вышедшую демо-версию Вольфом и принялись *килять* фашистских солдат». Но из таких развлекательных журналов сленг нередко перебирается на страницы более серьезных периодических изданий, а иногда и научной литературы. Вспомним хотя бы слово «железо» в значении 'hardware', которое некоторое время являлось исключительно сленговым, но со временем перешло в профессиональную лексику. Теперь его можно встретить в любом компьютерном журнале.

В русский язык вошло множество заимствований. Примером может быть слово «геймер» — от английского жаргонизма *gamer*, где геймером называют игрока в компьютерные игры. Следует отметить, что жаргон игроков формировался, в основном, для ускорения общения, а значит, слова и фразы в нём короткие, «рубленные». Данная особенность является следствием того, что зачастую в игре победу или поражение определяют несколько секунд и быстрый обмен информацией является задачей первостепенной важности.. Примером также могут послужить такие слова, как HP-(сокращение от англ. hitpoints – очко здоровья), GL (сокращение от англ. GoodLuck) – сообщение «желаю удачи». DPS,(сокращение от damagepersecond - урон в секунду) – характеристика оружия, выражающая средний урон, наносимый им в секунду; *Стата* (сокращение от англ. statistics - статистика) – данные персонажа, включающие его собственные характеристики и характеристики надетых на него предметов. Кроме того, нельзя забывать, что большинство слов, относящихся к компьютерному сленгу, являются производными от профессиональных терминов, практически все из которых заимствованы из английского языка такие слова, как *Аккаунт*, *Альфа-тестирование*, *альфа-тест* (англ. alphatesting), *Баг*, *глюк* (англ. bug - жук), *Бот* и др.

Конечно, нельзя утверждать, что происходит повальная компьютеризация национального литературного языка. Однако влияние компьютерного сленга на него очевидно. Образуются целые блоки новых единиц: общекомпьютерных слов (*процессор*, *картридж*, *мышь*), профессионально-

компьютерных (веб-сайт, провайдер), жаргонно-компьютерных (клава, сидюк, виснуть) [2, с.96]. Компьютерный сленг теперь имеет важное значение в осмыслении и освоении реальности третьего мира, порожденного в процессе компьютеризации.

Литература

1.Виноградова Н.В. Компьютерный сленг и литературный язык: проблемы конкуренции/ Н.В.Виноградова // Исследования по славянским языкам.- №6.-Сеул, 2001.-С.203-206

2.Висненко В.В., Ермак Е.Д., БГЭУ, ФМК, группа ДМП, 1 курс/ В.В.Висненко, Е.Д. Ермак // Сб.тез. XI Межвуз. студ. конф. «Современные компьютерные информационные технологии» 21 апреля 2010 года.- С.95-96

3.Орлова Н.О. Сленг VS жаргон: проблема дефиниции/ Н.О.Орлова. Сленг VS жаргон: проблема дефиниции// Ярославский педагогический вестник.-2004.-№ 3 (40).- С.4-8.

УДК 81.33

ЯЗЫК РЕКЛАМЫ

*Козик Тимур Вячеславович,
студент II курса факультета инженерных
и экологических систем в строительстве;
Назар Роман Николаевич,
кандидат филологических наук, доцент кафедры
прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры»*

В последние десятилетия реклама прочно вошла в жизнь современного человека. Данные последних исследований свидетельствуют о том, что житель среднестатистического крупного города в течение дня видит около 1300 рекламных призывов. Мы проходим мимо рекламных вывесок, витрин, плакатов; ежедневно сталкиваемся с рекламой в транспортных средствах; рекламные ролики из телевизионных и радиоэфиров; газеты и журналы изобилуют рекламными статьями; интернет навязывает свою рекламную политику. Но лишь 7–10 призывов будут отпечатаны в нашей памяти. Это будет яркий, эмоциональный, оригинальный рекламный материал. Обращение к данной теме обусловлено стремлением рассмотреть тонкости словесного, изобразительного, синтаксического строя языка рекламы, выявлением того, что делает рекламу по-настоящему выразительной, броской и интересной, а что вызовет негативные эмоции и даже отторжение.

Термин «реклама» происходит от латинского слова *reklamare* и означает «выкрикивать, громко кричать». Еще в Древней Греции и Риме объявления выкрикивались в местах массового скопления людей. Древнейшим рекламным текстом является обнаруженное археологами при раскопках древнеегипетского города Мемфис объявление: «Я, Рино с острова Крит, по воле богов толкую сновидения». Современная реклама – это искусство нелёгкое и требующее большого такта [1, с. 3]. Идеальный рекламный текст должен быть написан литературным языком. Однако зачастую именно «неидеальность» и привлекает потенциального потребителя рекламируемого товара.

Одним из инструментов, делающим рекламный призыв привлекательным, является слоган. Слоган – это девиз, в котором отражается уникальность рекламируемого товара. Именно слоган прочтут в пять раз больше людей, чем весь рекламный текст, ведь он отлично запоминается и содержит минимум слов при максимуме информативности. Приведем примеры легендарных хитов-слоганов: «Мир, дружба, жвачка!» (Ротфронт, 1957), «Найдется все!» (Яндекс, автор – команда Яндекса), «Позвоните родителям!» (социальная реклама), «M&M's. Тает во рту, а не в руках», «Ваша киска купила бы Whiskas», «Танки грязи не боятся» (КАМАЗ), «Летайте самолетами Аэрофлота», «Это не сон, это Sony», «Сделай паузу – скушай Twix». А вот примеры смешных, но не менее успешных рекламных слоганов: «Раздвинь и расслабься» (из рекламы раскладывающихся диванов), «Для больших и маленьких дел» (СантехУют), «Яйца молодецкие не зря так называются: вкус не забывается!» (ОАО «Солигорская птицефабрика»), «Ваши ноги будут ходить как швейцарские часы» (Компрессионное белье), «Твоя попака улыбается» (Судокрем), «Ваши зубы выбирают "Русь"!» (Стоматологическая клиника), «Туалет – лицо хозяйки!» («Harpic», средство для сантехники и кафеля), «Настройся на очищение!» («Danone» «Activia»), «Взгляд, который убивает» (тушь для ресниц «L'Oreal»), «Проводи время с друзьями, а не с тампоном "О.В."», «Такая мягкая, что ей можно доверить самое дорогое» (туалетная бумага «Zewa»), «А теперь мы едим "Тёму"!» (Детское питание).

В Донецкой Народной Республике деятельность в сфере рекламы регламентируется Законом Донецкой Народной Республики «О рекламе» № 198-ІНС от 22.12.2017 г., действующая редакция по состоянию на 10.01.2018 г. [2]. В соответствии со сложившейся ситуацией в ДНР стоит отметить преобладание социальной рекламы. Коммерческая же реклама направлена на продвижение местных товаропроизводителей, а также работающих торговых сетей и отдельных предпринимателей. Например,

Республиканский Наркологический Центр разметил рекламу с оригинальным слоганом: «Трезвость – русская традиция!».

Рынок отечественной рекламы только развивается и формируется. Значительное влияние на него оказывает зарубежная лексика, терминология. При выходе зарубежного товара на отечественный рынок необходимо адаптировать рекламные материалы применительно к местным особенностям. В переводной рекламе товаров из зарубежных стран большой удельный вес имеют англицизмы, американизмы. К сожалению, большинство этих слов прочно закрепляются в активном словаре носителей русского языка. Так слова бургер, чизбургер и гамбургер стали так же употребительны, как котлета или бутерброд, хот-дог, а не сосиска в тесте.

Таким образом, цель рекламы – изменить общественное мировоззрение. Она достигается путем использования правил и методов составления рекламы. Ведь, потребитель на подсознательном уровне воспринимает приёмы рекламы еще до того, как он осознает смысл самого рекламного обращения. Рекламный контент неоспоримо играет в нашей жизни важную роль. Реклама помогает производителям поддерживать стабильную экономику на своих предприятиях. С помощью рекламы происходит постоянный товарооборот. Добротная реклама воспитывает потребителя, прививает полезные привычки и здоровый образ жизни, но также очень сильно влияет на наш язык, его развитие и существование.

Литература

1. Ворошилов В. В. Журналистика. Учебник. / В. В. Ворошилов. – СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2002. – 425 с.
2. Закон Донецкой Народной Республики от 22.12.2017 № 198-ІНС «О рекламе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dnrsovet.su/vstupil-v-silu-zakon-dnr-o-reklame/>

УДК 81.27

РУССКИЙ ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

*Колесникова Валерия,
ученица 10-Б класс МОУ «Школа № 88 г. Донецка»;
Косяк Наталья Николаевна,
учитель высшей категории, «старший учитель»
МОУ «Школа № 88 г. Донецка»*

"С какой культурой мы, собственно, имеем дело?" Этот вопрос сегодня задают себе люди, которые общаются с представителями других стран и культурных ареалов, причем это общение может протекать в разных сферах: официально-деловой, научной, экономической, частной. Не случайно популярная в Германии книга о культурной специфике России, написанная А. Баумгарт и Б. Енеке, начинается именно с этого вопроса. Он звучит сегодня гораздо чаще, чем раньше, в силу интенсивного развития процесса глобализации, ярко характеризующего мировое сообщество конца XX в.

Существенно, что значимость индивидуального, межличностного общения во всех сферах практической деятельности осознается сегодня особенно остро. «Межкультурная коммуникация - это всегда межличностное общение, в котором важное значение имеет культурная среда, в которой сформировались коммуниканты», - подчеркивает Ф.Л. Касмир.

Своеобразие национально-культурных стандартов особенно остро ощущается в межкультурной коммуникации, когда человек сталкивается с неожиданной для себя ситуацией или поведением собеседников. Чтобы понять причину неожиданно возникших коммуникативных ситуаций и уж тем более чтобы овладеть чуждым для себя культурным стандартом, необходимо найти ответ на вопрос: почему люди другой культуры придерживаются именно таких правил поведения и уважают именно такие ценности.

Компонент культуры - это неотъемлемое свойство языка во всех его проявлениях, ведь каждый язык - мощное общественное орудие, катализатор, формирующий этнос из неопределённого людского потока. Языки могут разграничивать целые нации через хранение и передачу культуры, традиций, общественного самосознания речевого коллектива, с той или иной нацией ассоциируемого.

Таким образом, соотношение культуры и языка - сложный для изучения вопрос. Для его исследования даже существует отдельная ветвь науки - лингвокультурология. По словам профессора В. В. Воробьева (Российский Университет Дружбы Народов), «сегодня уже можно утверждать, что лингвокультурология - это новая филологическая дисциплина, которая изучает определенным образом отобранную и организованную совокупность культурных ценностей, исследует живые коммуникативные процессы порождения и восприятия речи, опыт языковой личности и национальный менталитет, дает системное описание языковой „картины мира" и обеспечивает выполнение образовательных, воспитательных и интеллектуальных задач обучения»¹

Е. М. Верещагин и В. Г. Костомаров, одни из основателей лингвострановедения в России, сформулировали этот важнейший аспект преподавания языков следующим образом: «Две национальные культуры никогда не совпадают полностью, - это следует из того, что каждая состоит из национальных и интернациональных элементов. Совокупности совпадающих (интернациональных) и расходящихся (национальных) единиц

для каждой пары сопоставляемых культур будут различными... Поэтому неудивительно, что приходится расходовать время и энергию на усвоение не только плана выражения некоторого языкового явления, но и плана содержания, т. е. надо вырабатывать в сознании обучающихся понятия о новых предметах и явлениях, не находящих аналогии ни в их родной культуре, ни в их родном языке. Следовательно, речь идет о включении элементов страноведения в преподавание языка, но это включение качественно иного рода по сравнению с общим страноведением. Так как мы говорим о соединении в учебном процессе языка и сведений из сферы национальной культуры, такой вид преподавательской работы предлагается назвать лингвострановедческим преподаванием»²

Язык как явление культуры многолик и сложен для изучения. Но, для понимания всей глубины процесса межкультурной коммуникации, для достижения максимальной эффективности коммуникативного акта представителей разных культур профессиональному коммуникатору не обойтись без понимания именно культурных аспектов языка. Предпосылки тех или иных действий представителей других народов зачастую можно познать при глубоком изучении языка, на котором они говорят, и это является тем важным инструментом специалиста в области межкультурных коммуникаций, который не лежит на поверхности и требует определённых навыков. Поэтому современная система подготовки людей, специализирующихся на иностранных языках, реформируется, вбирая в себя всё больше элементов лингвокультурологии.

Лексика является центральной частью языка, именующей, формирующей и передающей знания об объектах реальной действительности. По социальному употреблению, происхождению и функциональной направленности лексика членится на пласты, между которыми нет жестких границ. Все социальные преобразования в жизни общества реализуются лексикой языка. Словарный состав языка - наиболее открытая и подвижная сфера языка. В него непрерывно входят новые слова и постепенно уходят старые. Нарастающая сфера человеческих знаний, прежде всего, закрепляется в словах и их значениях, благодаря чему лексических приобретений в языке становится все больше. Образование, наука, новейшие технологии, сведения из других культур - все это формирует новый тип современного общества (информационное), в котором формируется новый языковой стиль - стиль эпохи информационного развития. Язык является мощным средством регуляции деятельности людей в различных сферах, поэтому изучение речевого поведения современной личности, осмысление того, как личность владеет языком, как и насколько эффективно пользуется этим богатством очень важная и актуальная задача. Лексика современного русского языка состоит более чем из полумиллиона слов. Современный лексикон стремительно пополняется словами и понятиями, о которых еще несколько лет назад большинство из нас если и имело какое-то представление, то весьма смутное.

В настоящее время можно выделить ряд тенденций развития современного русского языка: процесс компьютеризации языка (на базе русского и английского языка). Происходит образование блоков техницизмов. Как язык преимущественно молодых людей, компьютерный сленг содержит много специфических слов. Поскольку компьютерная сфера деятельности относится к наиболее активно развивающимся, то словарь здесь постоянно пополняется новыми лексическими единицами, причем из-за быстрого устаревания компьютерных программ и самого оборудования многие слова так же быстро и исчезают. На базе данного профессионального языка создается сленг, создатели которого проявляют максимум изобретательности в деле соединения английских и русских корней и английских корней и русских словообразовательных форм, тут же используются и метафорически преобразованные международные термины.

Для современной лексики характерно недостаточное развитие образности - ведь русский язык - самый образный язык в мире. В настоящее же время наблюдается дефицит таких образных средств в русском языке как метафора и сравнение. Серьезной проблемой является также оканцеляризация языка - проникновение в обычный язык деловых клише, которые многие склонны употреблять к месту и не к месту. Вообще, по мнению многих современных ученых, состояние русского языка постсоветской эпохи с одной стороны свидетельствует об освобождении языка от идеологического диктата, об активном развитии креативных лингвистических способностей носителей языка, об интернационализации языка; с другой стороны, языковая свобода вульгаризировала образ современного русского языка, затруднила использование высоких слоев языка, привела к обеднению и опошлению речи среднего носителя языка и к кризису высокой русской литературы.

И в заключение нужно отметить, что современный русский язык - один из богатейших языков мира - требует серьёзного, вдумчивого изучения. Высокие достоинства русского языка создаются его огромным словарным запасом, широкой многозначностью слов, богатством синонимов, неисчерпаемой сокровищницей словообразования, многочисленностью словоформ.

Литература

1. Антипов, Г. А. Текст как явление культуры / Г. А. Антипов, О. А. Донских, И. Ю. Марковина, Ю. А. Сорокин. - Новосибирск: Наука; Сиб. отделение, 1989. - 194 с.
2. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода)/Л.С. Бархударов. - М.: Междунар. Отношения, 1990. - 270 с.
3. Бромлей, Ю.В. Этнос и этнография/ Ю.В. Бромлей. - М.: Высш. школа, 1975. - 320 с.

4. Введенская Г.А. Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. - Ростов-на-Д.: Издат. центр "МарТ", 2000. - 512 с.
5. Верещагин, Е.М., Костомаров, В.Г. Язык и культура/ Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. - М.: Индрик, 2005. - 1308 с.
6. Воробьев, В.В. Лингвокультурология. Теория и методы/ В. В. Воробьев. - М.:МГУ, 1997. - 410с.
7. Воробьев, В.В. О статусе лингвокультурологии . IX Международный Конгресс МАПРЯЛ. Русский язык, литература и культура на рубеже веков/ В. В. Воробьев. - Братислава, 1999. - Т. 2. - 430 с.
8. Доблаев Л.П. Психологические основы работы над книгой. - М.: Изд-во "Книга", 1970. - 71 с.
9. Ковылев Н.К. Работа с книгой. - М.: Госполитиздат, 1961. - 56 с.
10. Колыхалов В. Проточные годы / Сибирские Афины, 1997, № 3.
11. Культура русской речи: Энциклопедический словарь - справочник / Под ред.Л.Ю. Иванова. - М.: Флинта; Наука, 2003. - 840 с.
12. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / Российский фонд культуры. - М.: Азъ Ltd., 1992. - 960с.
13. Сепир,Э. Коммуникация. Избранные труды по языкознанию и культурологии/ Э. Сепир. - М.: Универс, 1993. - 656 с.
14. Сепир, Э. Язык. Введение в изучение речи / Э. Сепир. - М.: Директ-Медиа, 2007. - 447 с.
15. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация/С. Г. Тер-Минасова. - М.: Слово, 2008. - 624с.

УДК 811.161.1:659

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” (цит. по: [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%;

6) *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. *Канцеляризм* (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 женщин. «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 жесть».* («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. — 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 [Электронный ресурс] / Л. А. Месеняшина. — Режим доступа: <http://www.interlingua.narod.ru>. — Загл. с экрана.

УДК 81.27

ФОРМА ПЕЧАТНОГО СМИ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ

*Минакова Виктория Сергеевна,
студентка 1 курса
факультета компьютерных наук;
Митасова Элла Федоровна,
старший преподаватель кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Медиаиндустрия – сфера деятельности, включающая в себя все достижения и результаты науки и техники в области информационных

технологий. В последствии развития тенденции больше подходит способ, который ориентирован на производство медиапродукта с учетом интересов потребителя. Согласно историко-этимологическому словарю слово «формат» (от лат. *formo* - придаю форму) появилось в русском языке в XVIII веке и использовалось в типографском деле в значении «размер печатного издания, размер листа». Изучая исторические обстоятельства повлиявшие на эволюцию понятия «формат СМИ», можно выявить основные этапы его становления.

Все началось в конце 19 века, когда машинное производство открыло новые возможности доставки информации читателю – тираж изданий и количество выпускаемых книг стали увеличиваться. Развитие индустриального производства содержания повлекло за собой увеличение аудитории. Появилось понятие «формат издания», которое определяло размерные характеристики книги [1]. Массовое производство книг повлекло за собой и массовое производство газет и журналов. Слово «формат» приходит и в сферу печатных периодических изданий. У информации, размещенной на носителе определенного размера (формата) появляется постоянная аудитория со своими характеристиками. Как следствие, газеты и журналы начинают играть роль площадки для размещения и доставки не только журналистской информации читателю, но и рекламной.

Рекламодатели через этот информационный носитель получили возможность доступа к аудитории. До сих пор имеется проблема с описанием понятия «формат» в СМИ, так как у ученых возникают трудности с его применением в различных значениях, также это связано с тем, что он употребляем в разнообразных областях. Выделяется пять основных составляющих формата:

- 1) принципы принятия решений;
- 2) технические требования;
- 3) требования к содержанию;
- 4) композиционно-графический компонент;
- 5) маркетинговый компонент.

«Формат» используется в медийной среде, но его создание и использования не разработана. Формат в этом случае становится одной из основных категорий в процессе создания медиапродукта и определяется как часть последовательной цепочки в процессе моделирования от типа к концепции, миссии и далее к формату. Он является маркетинговым инструментом по материализации особых характеристик издания как медиапродукта. Процесс бизнес-моделирования печатного СМИ можно представить в виде трех основных стадий по подготовке и выпуску издания:

- 1) пре-продакшн-подготовительный процесс сбора материала в соответствии с заранее определенным типом издания, его миссией и концепцией, заданными внутри редакционными требованиями и внешними факторами (экономическими, политическими, финансовыми и т.п.). Взаимодействие редакции в лице журналиста с внешней средой;

2) продакшн-обработка собранной информации в соответствии с форматом газеты или журнала. Взаимодействие редакции и журналиста;

3) пост-продакшн-выпуск готового материала на определенном носителе (в заданном формате). Взаимодействие издания и аудитории. Редакционные стандарты печатных СМИ как форматообразующий инструмент описываются типы внутриредакционных стандартов, которыми пользуются современные печатные СМИ. В работе выделяется три основных корпуса внутриредакционных стандартов:

1) брендбук – документ, где описана рыночная концепция издания. Он представляет собой совокупность подробной информации о бренде, легенде, позиционировании, требованиях к содержанию и иллюстрациям, а также о технических требованиях к изданию, рекламной политике, особенностях аудитории. Информация, содержащаяся в брендбуках, является в основном закрытой. Одной из составляющих брендбука является стайлбук. 2) стайлбук или стайлгайд) – документы, которые описывают стандарты, связанные с совокупностью правил оформления текста, произвольных или стандартных (заглавные буквы, пунктуация, допустимые сокращения и т.д.). Представители печатных изданий называют эти правила «стилем оформления», который у каждого издания свой. Чаще всего правила выпускаются в стиле стайлбука. Некоторые медиакомпании публикуют свои справочники в открытом доступе.

Во время появления интернета, печатное СМИ подкосилось. И они начали предпринимать меры для утверждения своих позиций. Решением стала концепция сближения, которая удачно стала реализовываться в различных формах практически всеми ведущими издательскими домами [2].

А чтобы интернет СМИ смогла качественно предоставлять услуги оно должно быть экономически состоятельным. В эпоху развития медиаиндустрии СМИ все больше становится главной составляющей в экономике и как говорится является «двигателем всего процесса».

Литература:

1. Электронный ресурс:

<http://webkonspect.com/?room=profile&id=21695&labelid=193761>

2. Электронный ресурс: Диссертация:

<http://webkonspect.com/?room=profile&id=21695&labelid=193761>

ПОПУЛЯРНЫЕ РЕЧЕВЫЕ ТЕХНИКИ НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ

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

Актуальность темы научного исследования заключается в отсутствии признания речевых коммуникаций в качестве равноправной части нейролингвистического программирования (далее – НЛП). И недостаточной теоретической и практической базы для подтверждения их эффективности.

Целью работы является изучение действенности и эффективности коммуникативных техник в составе основных приемов НЛП.

Достижению поставленной цели способствует решение следующих **задач**:

- ознакомиться с историей возникновения НЛП и его основных моделей;
- изучить теоретические основы влияния средств коммуникации на человека;

Новым является прежде всего исследуемый материал. Осуществляется комплексный анализ изменения поведения определенной группы лиц под влиянием использования речевых моделей НЛП. В работе ставятся и частично решаются вопросы о важности языковой составляющей НЛП, а также уточняется понимание некоторых психологических терминов.

За основу работы взяты основные труды, посвященные психолингвистическим исследованиям.

В «Истоках нейролингвистического программирования» Дж. Гриндера и Р. Фрэнка Пьюселика высказывается точка зрения, касающаяся значения языкового компонента для основных техник НЛП. «Метамодель представляет собой вербальный инструмент постановки вопросов, изначально разработанный для того, чтобы увеличить эффективность общения там, где нужна была высококачественная информация. Метамодель является лингвистической моделью, которая помогает людям в понимании конкретных проблем» [6, с.25].

В «Конflikте и творчестве в зеркале психологии» Р.М. Грановской указывается на более глубокое значение лингвистического компонента. «Центральное понятие НЛП — контроль над языком. Для эффективного применения метода необходимо не только понимание того, что сказано, но и уточнение состава использованных для выражения смысла слов» [4, с.549].

Придерживаясь последней точки зрения, можно сказать, что НЛП – это не только определенные речевые формулы, помогающие в кратчайшие сроки изменить решение собеседника.

Для изучения популярных речевых техник нейролингвистического программирования необходимо знание психологии и психолингвистики.

Психология (от др.греч. ψυχή «дух; душа; сознание; характер»; λόγος «учение») – наука, изучающая закономерности возникновения, развития и функционирования психики и психической деятельности человека и групп людей.

Психолингвистика (от греч. psyche – душа и лат. lingua – язык) – дисциплина, изучающая процессы порождения и восприятия речи. Она существует на стыке лингвистики и психологии, и проводимые в ее рамках исследования имеют, как правило, двойную направленность.

Именно это помогает формировать представления об НЛП, как об отрасли прикладной лингвистики.

Существует 8 основных речевых техник НЛП: обращение по имени, подстройка под собеседника, искренняя похвала, говорите на интересующие собеседника темы, выделение ключевых слов голосом, проси большего, приучите говорить «да», дайте возможность собеседнику самому сформулировать идею.

Наиболее эффективными оказались три техники.

Обращение по имени. Самой простой из техник казалась первая, но в ходе исследования я поняла, что это только на первый взгляд. В нашем классе сложилась привычка называть всех по фамилии, поэтому изменения в моем поведении сразу же привлекли внимание. В течение 3 с половиной месяцев я постепенно и аккуратно выстраивала систему, которая помогала мне настраивать одноклассников на обращение друг к другу по имени. Постепенно, они сами внесли в наше общение в классе обращение по имени. Вследствие этого, я сделала вывод, что речевые техники НЛП могут действовать не только на отдельных людей, но и на группы лиц, связанных общими интересами.

Проси большего. Следующая техника оказалась куда более захватывающей. Но для достижения желаемого результата необходимо было установить доверительные отношения между мной и классным коллективом, посредством применения вышеупомянутых техник. Убедиться, насколько хорошо я овладела НЛП, мне помогла технология проси большего. Не могу сказать, что ранее на просьбы всегда получала отказ, но была вынуждена регулярно прибегать к уговорам, чтобы получить желаемое. Экспериментом стала попытка уйти с классного дежурства, сделав минимальную уборку в кабинете. Я набралась смелости и попыталась отпроситься после уроков, естественно, получив отказ. После этого, по прошествии времени, я предложила вытереть доску, пыль и полить цветы, а после этого уйти домой. Не смотря на то, что была моя очередь мыть полы, одноклассники согласились с моими условиями, в тот день я ушла домой раньше.

Приучите говорить «да». Моей любимой техникой стало «Приучите говорить да». На сегодняшний день я понимаю, что эта методика достаточно прочно укоренилась в моей жизни и давно вышла за пределы классной комнаты и общения с одноклассниками. Применять эту технику достаточно просто и эффективно. Главный секрет – не просто подбирать вопросы с положительным ответом, а такие, которые вызывают у собеседника приятные чувства или воспоминания. «Ты же 5 по контрольной получил?», «Вкусные сегодня пирожки в столовой?», «Нас сегодня обещали отпустить пораньше?». Если к этому еще добавить обращение по имени и какой-либо вопрос, касающийся увлечения, то три эти технологии не смогут оставить равнодушным никого. Определенно, бывают ситуации, когда просто невозможно на заданный вопрос ответить «да», либо можно получить отказ по другой причине, но за время эксперимента таких случаев было крайне мало.

Самой неэффективной оказалась техника «выделение ключевых слов голосом». Выделение слов голосом должно было привлечь внимание окружающих к самому тексту, произносимому оратором. Говорить об эффективности достижения цели сложно, т.к. доклад об электромагнитных волнах оказался оставленным без внимания, потому что не входил в круг интересов одноклассников. Интонация, паузы и жесты не смогли привлечь внимание к рассказу о физическом явлении. Зато доклад о взаимоотношениях В. Маяковского и Л. Брик с цитированием отрывков из писем и стихотворений привлекал внимание вне зависимости от качества исполнения. Из этого следует вывод, что техника интересующих тем куда эффективнее техники выделения слов. Вполне вероятно, что имея больше опыта, мне удалось бы привлечь внимание и к менее интересным темам.

В заключении можно сделать вывод о том, что НЛП – это прежде всего методология и технология человеческой коммуникации и её изменения. НЛП основывается на изучении структуры субъективного опыта, не уделяя особого внимания содержанию этого опыта в смысловом и ценностном аспектах. По сути, НЛП представляет собой набор инструментов. Это – стратегия ускоренного обучения и эффективного общения.

Литература

1. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику. / А. Н. Баранов // Учебное пособие. М., Эдиториал УРСС, 2001.
2. Белянин В. П. Введение в психолингвистику. М. 1999
3. Горянина В. А., Масалков И. К. Преображение жизненных ситуаций. Эффективные психосоциальные технологии. М 1999.
4. Грановская, Р.М. Конфликт и творчество в зеркале психологии. — М.: Генезис, 2002. — 573 с.
5. Дилтс Р. Нейро-лингвистическое программирование.— В кн.: Технологии программирования судьбы (Теория и практика НЛП): Хрестоматия/Сост. К. В. Сельченко. Минск. Харвест; М. АСТ. 2001.

6. «Истоки нейролингвистического программирования» / под ред. Джона Гриндера и Р. Фрэнка Пьюселика. – М., 2014г.

УДК 316.772.5

ФОРМЫ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

***Овсяная Елизавета Сергеевна,
студентка 2 курса филологического факультета;
Гладкая Наталия Витальевна,
старший преподаватель кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»***

Современные компьютерные и информационные технологии стали неотъемлемой частью жизни человека. Интернет всё прочнее входит в повседневную жизнь не только как средство работы и учёбы, но в основном, и как средство общения. Примечательно, что люди всё больше и больше заменяют живое общение интернет-коммуникацией.

Интернет-коммуникация, представляющая собой конкретную разновидность коммуникации людей посредством глобальной сети Интернет, когнитивный процесс межличностного характера, адресована как в непосредственном общении (tête-à-tête / face to face) того или иного участника чат-общения, так и в обращении одного автора интернет-текста или к широкой группе других людей, использующих Интернет для обсуждения тех или иных важных для них вопросов [1, с. 285].

Отличительной особенностью интернет-коммуникации является глобальность. Она определяется отсутствием физических, цензурных, государственных и географических границ. Появляется возможность мгновенной связи на больших расстояниях. Но это также даёт не только свободу выбора собеседника или целевой аудитории, но и значительно снижает психологический и социальный риск в процессе коммуникации [3, с.2]. Отсюда вытекает ещё одна характеристика интернет-общения — анонимность, которая позволяет участникам свободно высказываться и самоутверждаться.

Пользователь может указывать какую-либо информацию о своей личности, но не гарантировано, что эта информация будет полной, или, хотя бы правдивой. Угроза раскрыть свою личность сводится к минимуму.

О. Н. Морозова выделяет ещё одну характеристику интернет-коммуникации — интерактивность. Интерактивность позволяет пользователю вступать в прямой диалог с аудиторией и получать от неё обратную связь в режиме реального времени, а также даёт возможность общения представителей данной аудитории между собой [4, с. 155].

Укоренившиеся традиционные формы общения давали выбор только между двумя возможными моделями общения. Первая модель представляет собой взаимодействие, в основном, двух участников: конкретный адресант и конкретный адресат (адресаты) (межличностная коммуникация), а вторая — конкретный адресант и массовый анонимный адресат (массовая коммуникация). Но в Интернете общение приобретает и новые формы. Исследователь Л. В. Дубина приводит в пример запись на форуме или комментарий в блоге, которые синтезируют одновременно две модели общения: ответ на определённое высказывание и текст, обращённый ко всем участникам коммуникации [2, с. 177-178].

С самого появления Интернет достаточно динамично развивался. Каждый день в него вносят что-то новое, всё больше и больше появляется форм и способов коммуникации в сети Интернет, поэтому на данный момент мы имеем огромное количество площадок для общения, позволяющих связываться в онлайн-режиме (чат, форум, игра, видеоконференция и т.д.), в форме последовательной коммуникации (электронная почта) и иметь постоянный доступ к данным в архивах, которые периодически обновляются [6].

Самым известным, легкодоступным и простым способом интернет-коммуникации является электронная почта (e-mail).

Электронная почта — это асинхронная форма интернет-коммуникации (позволяющая общаться как в онлайн, так и в офлайн режиме), которая служит для межличностного общения. E-mail даёт возможность обменом не только текстовой информации, но и текстовыми документами, медиа и видео файлами; позволяет пересылать созданные сообщения одному или нескольким пользователям. Традиционная почта уступает электронной в скорости отправки сообщений: в среднем это занимает несколько секунд. К удобствам такой формы интернет-коммуникации можно отнести сортировку писем, наличие автоответчика, оповещения о новых письмах, фильтрация от спама. К наиболее популярным электронным почтам можно отнести «Mail.ru», «Яндекс.Почта», «Gmail» и «Outlook.com».

Не менее популярной формой общения в Интернете является и телеконференция. *Телеконференции* – это дискуссионные группы, в которых пользователи обмениваются электронными сообщениями, задают вопросы, отвечают на них, обмениваются файлами телеконференции или группы новостей, иногда так же называют интерактивной доской объявлений. Телеконференция отличается от электронной почты возможностью передачи информации не от одного пользователя к другому, а одновременно к нескольким пользователям. В телеконференциях может участвовать одновременно большое количество пользователей, обмениваясь информацией. Объединяет участников коммуникации наличие определённой закреплённой темы. Так же, как и электронная почта, телеконференция является асинхронной формой общения, т.е. может быть в онлайн или

офлайн режимах, и при этом, делится на два вида: закрытые и открытые телеконференции.

Всё большую популярность набирает ещё одна форма интернет-коммуникации – блог. *Блог* (англ. blog, от «web log», «сетевой журнал или дневник событий») – веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа [5]. Формой коммуникации блог становится, когда пользователи, читающие виртуальный дневник комментируют записи автора. Обычно, сообщения в блогах небольшие по объёму, подкрепляются медиа файлами и не имеют конкретного адресата,

Синхронной формой интернет-общения являются чаты. *Чат, чаттер* (англ. chatter – болтать) – средство обмена сообщениями по компьютерной сети в режиме реального времени, а также программное обеспечение, позволяющее организовывать такое общение. Особенности этой формы общения является частое отсутствие определённой темы или цели общения; преимущественно групповое общение; и главное – коммуникация происходит в онлайн-режиме.

Из чата развивается такая форма коммуникации, как форум. *Форум* – это веб-сайт или его раздел, где пользователи обмениваются информацией на определённую тему в онлайн или офлайн режимах между неограниченным количеством пользователей. В отличие от чата, информация о сообщениях форума остаются в архивах, когда в чатах информация зачастую стирается. Но сходство чата и форума состоит в случайности участников коммуникации – в большинстве случаев общающиеся пользователи не знакомы.

Очевидно, что современная интернет-коммуникация представлена различными формами ее реализации, поэтому в дальнейших исследованиях целесообразно провести их системный анализ, а также наметить перспективы дальнейшего развития.

Литература

1. Баркович А.А. Интернет-дискурс. Компьютерно-опосредованная коммуникация / А.А. Баркович. – М.: Флинта Наука, 2016. – 285с.
2. Дубина Л.В. Тенденции развития русского языка в условиях интернет-коммуникации / Л.В. Дубина. – Томск, 2012. – С. 177 – 178.
3. Мамишова Н.Э., Хорольцева Е.Б. Интернет как особый вид социальной коммуникации/ Н.Э. Мамишова, Е.Б. Хорольцева. – Саратов, СГУ, 2016. – 6 с.
4. Морозова О.Н. Особенности интернет-коммуникации: определение и свойства / О.Н. Морозова // Вестник Ленинградского гос. ун-та им. А.С. Пушкина. № 5. Т. 1. Серия Филология, 2010. – С.150-157.
5. Ушаков А.А. Интернет-дискурс как особый тип речи / А.А. Ушаков // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – Майкоп, 2010. – № 4. – 4 с.

6. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело, 2006. – 552 с. [Электронный ресурс] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5640852/page:44/>

УДК 81`27

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, ПОСЛОВИЦЫ, ПОГОВОРКИ КАК ОТРАЖЕНИЕ ДУХОВНЫХ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ (на примерах из русского и английского языков)

*Пидварко Дмитрий Юрьевич,
студент I курса инженерно-экономического факультета;
Миронкина София Викторовна,
студентка I курса инженерно-экономического факультета;
Юрьева Елена Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Язык связан прежде всего с духовной культурой – с художественной и научной жизнью общества, с философией и другими формами общественной надстройки. Более того, язык сам по себе является частью духовной культуры народа [2].

В идиоматике языка, то есть в том слое, который национально специфичен, хранится система ценностей, общественная мораль, отношение к миру, к людям, к другим народам [1]. Этой теме посвящено много научных трудов. Идиоматика привлекает внимание не только ученых-лингвистов, но и тех, кто изучает иностранные языки.

Фразеологизмы, пословицы, поговорки наиболее наглядно иллюстрируют и образ жизни, и географическое положение, и историю, и традиции той или иной общности, объединенной одной культурой [1]. Например, мы можем проследить, как отличается быт и менталитет русскоговорящих и англоговорящих на примере известных и часто употребляемых пословиц:

Русский язык	Английский язык
1. На что и клад, когда дети идут в лад.	1. Children are poor men's riches (дети – богатство бедняков).
2. Рыбак рыбака видит издалека.	2. Birds of a feather flock together (птицы одинакового оперенья держатся вместе).
3. Своя рубашка ближе к телу.	3. Blood is thicker than water

4. Краткость – сестра таланта. 5. Повинную голову меч не сечёт. 6. Терпение и труд все перетрут. 7. Любопытной Варваре на базаре нос оторвали. 8. Не буди лихо, пока лихо спит. 9. В гостях хорошо, а дома лучше. 10. Беда, коль пироги начнёт печь сапожник.	(кровь гуще воды). 4. Brevity is the soul of wit (мужество – душа мудрости). 5. Confession is good for the soul (признание хорошо для души). 6. Constant dropping wears away a stone (капля камень точит). 7. Curiosity killed the cat (любопытство сгубило кота). 8. Don't trouble trouble till trouble troubles you (не тревожь тревогу, пока она не потревожит тебя). 9. East or West, home is best (восток или запад – дом лучше всего). 10. Every man to his trade (каждому своё ремесло).
--	---

Язык – необходимый элемент для полноценного существования индивида в социуме. Язык – важнейший инструмент познания мира. Закономерно, что главными вопросами языковедения стали «человек в языке» и «язык в человеке». Язык несет в себе сведения о культуре народа-носителя, хранит и передает их потомкам. Как в Англии, так и в России долгое время господствующей и безальтернативной формой правления государства оставалась монархия. Любопытно, что сегодня монархия как форма правления практически прекратила существование в обеих странах. Условно, в Англии монархия до сих пор действует, но де-факто монарх не обладает никакой реальной политической силой. Конечно же, язык в устойчивых выражениях передал этот значительный аспект культурной и социальной организации общества. Анализируя устойчивые словосочетания с компонентами «монарх», «царь», «император», «король», «королева», «царство» и «монархия», можно заметить превосходство позитивных коннотаций. Оба языка – и английский, и русский единодушно демонстрируют прославление монархии, ее власть, неделимость царства/королевства, превознесение монарха.

Русский язык	Английский язык
- Царь в голове (ум, разум; сообразительность) - С царём в голове (сообразителен, смыслён, очень умен) - Царь небесный (Бог) - Царь природы (человек) - Царь и бог (человек, пользующийся неограниченной властью)	<i>Live like a king.</i> «Жить как король», т.е. в очень комфортных, роскошных условиях. <i>King's ransom.</i> Данным выражением называют огромную сумму денег, «целое состояние, большой куш». <i>Queen bee.</i> Фраза «queen bee» описывает крайне самоуверенную

• В некотором царстве, в некотором государстве... (сказочный зачин) • Королева красоты (красивая женщина)	девушку, которая считает себя лучше и красивее всех остальных, имеет некоторую популярность (в школе/колледже/на работе), у нее самый красивый парень, и все ее подружки пытаются ей подражать. • <i>Fit for a king</i>. Дословно «подходит для короля», т.е. что-то очень хорошее и роскошное. • <i>Prince charming</i>. «Принц на белом коне» или самый красивый, добрый, воспитанный, богатый мужчина, которого ждут многие девушки.
--	---

Язык – непрерывно функционирующий, живой организм, который поддается влияю внешних факторов. Некоторые слова со временем теряют свое первоначальное значение и приобретают новое. Примером такой трансформации может быть слово, вызывающее довольную улыбку на лице каждого школьника и студента. Это слово – «каникулы». Оно восходит к латинскому «*canicula*» (в пер. «собачка»). Первоначально существительное имело астрономическое значение, обозначая период, когда солнце находится в созвездии пса (буквальное толкование выражения «*dies caniculares*» – *собачьи (жаркие) дни*). К середине XIX века оно приобретает привычное для современных людей значение – «перерыв в занятиях, отдых, предоставляемый учащимся».

Язык не является своеобразным хранилищем устаревших или вышедших из употребления слов, понятий. В идиоматических выражениях «мертвые» слова получают «новую жизнь». Например, все носители русского языка в повседневной речи довольно часто употребляют фразеологизм «лезть на рожон», который означает «идти навстречу явной опасности вопреки здравому смыслу». Слово «рожон», обозначающее копье, с помощью которого охотились на медведя, устарело: как оружие рожон не используется в быту современным человеком. Тем не менее, это слово укоренилось в вышеприведенном фразеологизме.

Итак, в книгах, фольклоре, письменной и устной речи язык не только отображает культуру, историю, менталитет, бытие народа, но и хранит накопленный им опыт, служащий важнейшим фактором формирования мировоззрения молодого поколения.

Литература

1. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова // (Учеб. пособие) – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.

2. Шарафутдинова Н. С. Теория и история лингвистической науки : учебник / Н. С. Шарафутдинова. – 3-е изд., испр. и доп. – Ульяновск : УлГТУ, 2012. – 346 с.

УДК 81'373.232

**СПЕЦИФИКА ОБРАЗОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ:
ФАМИЛИИ МОЕГО РОДА**

*Утка Марина Александровна,
студентка I курса факультета
компьютерных наук и технологий;
Салехова Светлана Владимировна,
старший преподаватель кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Изучение фамилии является **актуальным вопросом** в современном обществе, так как дает представление об исторических и социальных событиях последних столетий, а именно позволяет проследить векторы родовых модификаций, историю социальных отношений, особенности профессий наших предков. **Целью** данной статьи является: анализ фамилий своей родословной; определение этимологических и лексических особенностей фамилий и рассмотрение специфики происхождения с учетом морфемной составляющей. Для изучения были отобраны 15 фамилий из моей родословной: *Белый, Бажин, Горбатенко, Гринь, Додор, Дульский, Кийко, Козолуп, Марченков, Ольхов, Пылько, Романенко, Утка, Шамрин, Ярёма*.

Прежде чем перейти непосредственно к рассмотрению особенностей фамилий, дадим определение понятию «фамилия». Фамилия – наследственное родовое имя, указывающее на принадлежность человека к одному роду, ведущему начало от общего предка. Наука, изучающая фамилии (а также личные имена, отчества, прозвища, псевдонимы и т.п.), называется антропонимикой [6, с.33].

В работе классификация фамилий осуществляется в трех направлениях: этимологическом, морфемном и лексическом.

Распределение фамилий по этимолого-лексическим особенностям показало следующие результаты:

- Характерологические особенности человека: *Шамрин* (1 значение) – целеустремленный; тихий, скрытный; *Додор* (1 значение) – целеустремленный. В процентном соотношении составляет 13% от всех фамилий.

- Фамилии, в основе которых лежат слова, обозначающие физические свойства: *Белый* – белокурый, белолицый; *Гринь* (2 значение) – зеленоглазый; *Горбатенко* – горбатый; *Додор* (2 значение) – карлик. Процентное соотношение – 27%.

- Название профессий, должностей и прочие обозначения положения человека в обществе: *Козолуп* – обрабатывал козью кожу; *Пылько* – работал с деревом; *Утка* (1 значение) – ткач; торговец тканями; *Кийко* – молотил, растирал злаки, охотник; *Шамрин* (2 значение) – моряк, рыболов; *Дульский* – портной, работа с настойками на дулях, выпускник духовной семинарии; *Гринь* (2 значение) – телохранитель князя; *Бажин* – муж сестры; *Ярёма* (1 значение) – крепостной крестьянин; *Марченков* – казак-характерник. Процентное соотношение – 67%.

- Фамилии, образованные от слов, обозначающих средства производства и орудия труда: *Ярёма* (2 значение) – «ярмо» – деревянный хомут на рабочий скот. Процентное соотношение – 7%.

- Фамилии, в составе которых встречаются слова, связанные с названиями животных, птиц, насекомых: *Утка* (2 значение). Процентное соотношение – 7%.

- Фамилии, основы которых могут восходить к личным именам: *Гринь* (Григорий; от фамилии крестного отца), *Марченков* (Марк), *Романенко* (Роман), *Ольхов* (Ольха), *Ярёма* (Иеремия), *Бажин* (Бажен), *Кийко* (Киек, Каика). Процентное соотношение – 47%.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее продуктивными в этимологическом плане являются такие типы: фамилии, указывающие на положение человека в обществе (67%), фамилии, восходящие от личных имен (47%), фамилии, обозначающие физические свойства человека (27%).

Далее проанализируем происхождение фамилий по конечной морфеме. В первую очередь рассмотрим фамилии, образованные от патронимических суффиксов, т.е. суффиксов выполняющих роль патронимов (отчества). Имя отца (реже имя матери) могло функционировать в качестве патронима и лишь частично подвергалось морфологическому или грамматическому изменению [2,5]. В зависимости от застывших патронимических суффиксов фамилии распределились следующим образом:

- ов/–ев* (*Ольхов, Марченков*) – русское происхождение;

- ин* (*Шамрин, Бажин*) – тюркское происхождение фамилий, которые были русифицированы;

- ский* (*Дульский*) – польское, украинское или белорусское происхождение. По происхождению и значению фамилия *Дульский* имеет польские корни;

- ко* (*Пылько, Кийко*), – *енко* (*Горбатенко, Романенко*) – украинское происхождение;

Бессуфиксальные фамилии, большинство из которых характерны для всех восточнославянских языков. Они сохранились в прозвищной форме, происхождение их определяется по значению:

- украинское происхождение: *Белый, Козолуп, Утка*;
- русское происхождение: *Белый, Додор, Утка, Ярёма, Гринь*;
- белорусское происхождение: *Белый, Утка*;

В отдельную группу следует выделить бессуфиксальные фамилии еврейского происхождения: *Ярёма, Гринь*.

В ходе морфемного исследования фамилий моей родословной было установлено, что подавляющее количество фамилий имеет славянские, а именно русско-украинские, корни.

Анализ, проведенный в данной работе, позволил сделать вывод, что, по всей вероятности, мои предки относились к простому сословию общества и в социальном плане занимались ремеслом, мелкой торговлей и работали по найму. Стоит отметить, что большинство фамилий образовались от личных имен и прозвищ, которые имеют славянское происхождение, что также свидетельствует о принадлежности к простому сословию общества.

Литература

1. Морошкин М. Славянский именослов или собрание славянских личных имен в алфавитном порядке. – СПб, 1867.
2. Патронимические фамилии, в основе которых лежат славянские языческие имена [Электронный ресурс]//Славянские языческие имена// Культурология. URL: https://studbooks.net/632580/kulturologiya/patronimicheskie_familii_osnove_k_otoryh_lezhat_slavyanskie_yazycheskie_imena
3. Петровский Н.А. Словарь русских имен и фамилий. – М.: Просвещение, 1987.
4. Севортян Э.В. Этимологический словарь тюркских языков. В 3 томах. – М., 1974, 1978, 1980.
5. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]//Патроним. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1087738>
6. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская; Отв. ред. А. В. Суперанская; АН СССР, Ин-т языкознания. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Наука, 1988. - 187,[2] с.; 17 см.; ISBN 5-02-010892-8 : 60 к.
7. Тупиков Н.М. Словарь древнерусских собственных имен. – СПб, 1993.

ЛЕКСИКА ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЫ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ: ОБОЗНАЧЕНИЯ ГОСТИНИЦ

*Филатова Регина Сергеевна,
студентка 1 курса факультета экономики и сервисных технологий;
Буренкова Светлана Витальевна,
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры «Иностранные языки»
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»*

Важными элементами туристской индустрии являются средства размещения, выбор которых в Германии очень обширен. Гостиничный сектор Германии является одним из самых лучших в Европе. Здесь можно остановиться и в кемпинге на лоне природы, и в отеле-люкс высшей категории. Многие гостиницы специально приспособлены для передвижения без барьеров.

Гостиничный сектор Германии – это гостеприимство, богатые традиции, современное оснащение и отличное соотношение цены и качества. В центре внимания всегда находится потребитель, независимо от типа проживания – в кемпинге, в частном секторе, на круизном лайнере, в санатории, в скромной гостинице или пятизвездочном отеле. Отзывы туристов гласят: «Где бы ни остановился потребитель в Германии, его ожидают высокое качество обслуживания, приветливость и профессионализм» [1].

Страна также располагает и альтернативными способами размещения. Переночевать можно на крестьянском подворье, в пансионе или на постоялом дворе. Все гостиницы Германии отвечают высоким стандартам – минимальный комфорт обеспечен даже в недорогих отелях.

Отдельного рассмотрения заслуживает классификация средств размещения Германии. Стандарт туристической информации (TIN), который был разработан в 1992 году, представляет собой документ по категоризации и типизации немецких гостиничных предприятий и услуг. Сейчас классификация насчитывает 16 видов гостиниц [1]. Стоит учесть, что в данной классификации «отель» (das Hotel) не используется в качестве синонима слова «гостиница» (das Gasthaus), а является самостоятельным видом «гостиничного предприятия».

Русскому туристу, желающему остановиться в Германии и не знающему в совершенстве немецкий язык, будет полезно и интересно знать, что собой представляют и чем различаются средства размещения в данной стране, какая информация содержится в их обозначениях. Ведь их названия могут иметь как немецкое происхождение, так и заимствованный характер.

Также каждому виду гостиничного предприятия присущи определенные особенности.

All-Suite-Hotel (гостиница с номерами люкс) – потребителей размещают исключительно в номерах люкс, которые состоят из нескольких комнат. Как правило, это отдельные спальни и гостиная.

Aparthotel / Apartmenthotel (апартамент-отель) – предназначен лишь для проживания и ночлега. Питание не предусмотрено, а сервис ограничивается уборкой комнат. Потребителей размещают в апартаментах или студиях. При этом апартаменты обычно представляют собой отдельные спальню, гостиную и кухню, тогда как студия – это одна комната с нишей для кухни. Инфраструктура, как правило, общая – есть стиральные машины и сушилки для самостоятельного использования. Такой тип размещения подходит для отдыха с детьми.

Boardinghouse (городской пансион) – размещение в меблированных комнатах, рассчитано на длительное проживание. Возможен как минимальный сервис, так и полноценное обслуживание по стандарту отеля высокой категории – все зависит от предпочтения потребителей.

Bauernhof (крестьянское подворье) – такой тип размещения предоставляет возможности для отдыха в деревне или сельской местности.

Ferienwohnung / Ferienhaus – отдельная часть дома или дом, которые оборудованы для сдачи в краткосрочную аренду. Квартира или дом при этом должны быть оснащены отдельной ванной комнатой (душем), а также кухней.

Gasthof (постоялый двор) – традиционный вариант размещения, иначе – ресторан или закусочная, открытые для всех. Находится, как правило, в сельской местности и дополнительно располагает небольшим количеством комнат для ночлега.

Hotel (отель) – гостиничное предприятие, располагающее как минимум двадцатью номерами, большинство из которых оснащены ванной комнатой или душем. Кроме того, в отеле обязательно должна быть стойка регистрации (ресепшн). Отель, как правило, располагает дополнительными услугами: ресторан для постояльцев, специальные помещения для проведения досуга и конференций. Обязательна ежедневная уборка номеров.

Hotel Garni – отвечает критериям отеля, но предлагает потребителям лишь завтрак и напитки. Присутствие в меню простых блюд возможно, но стоит учитывать, что это не является обязательным требованием.

Jugendherberge (молодежная турбаза) – предназначена, в первую очередь, для подростков и молодых людей, останавливающихся на короткий срок. Питание предусмотрено только для постояльцев. Как правило, номера многоместные, с простой мебелью. Молодежные турбазы предлагают педагогические и культурно-развлекательные программы и мероприятия.

Kurheim (пансионат) – обычно располагается у источника с минеральной водой или в курортном месте. Такой тип размещения

оборудован с учетом требований для приема пациентов данного курорта. Имеет собственные лечебные программы и процедуры.

Kurklinik (курортная клиника) – гостиница, имеющая государственную лицензию на оказание медицинских услуг, которые являются постоянной и главной частью сервиса. Руководство осуществляет главный врач, а контроль – государственные органы медицинского надзора. Для лечения должны использоваться, в первую очередь, возможности местного курорта. Клиника должна быть оборудована с учетом требований для приема пациентов с характерными для данного курорта заболеваниями (свободное передвижение инвалидов, диетическое питание).

Motel (мотель) – это гостиничное предприятие, традиционно располагающееся у трасс или автодорог. Удобные подъездные пути и прилегающая парковка делают мотель идеальным местом ночлега для автомобильных туристов.

Pension (пансион) – гостиница, которая, как правило, сдает номера более чем на одну ночь, а напитки и еду предлагает, главным образом, только постояльцам. Отличается от отеля тем, что может иметь менее 20 номеров.

Privatunterkunft / Privatzimmer (частная гостиница) – частное средство размещения, не нуждающееся в лицензии. Число мест не должно превышать восьми [1].

Отличительной особенностью приведенных выше обозначений является их сложная структура – за редким исключением лексемы представляют собой композиты, состоящие из двух или более основ (*Kur + Klinik, Ferien + Haus* и т.д.). Такой способ словообразования характерен для немецкого языка в целом. Частотным компонентом данной лексики является слово *Hotel*. Обнаруживаются среди наименований гостиниц и сложносокращенные слова, например, *Motel – motorisiertes Hotel*.

Многие из лексем имеют вполне прозрачную семантику, во многих случаях благодаря своему сложному составу и его компонентам: *Bauern-hof, Jugend-herberge*. Тем не менее для иностранного туриста, выбирающего вариант размещения в Германии, полезны будут дополнительные комментарии, приведенные в данной статье. Особенно это касается лексем, заимствованных в немецкий язык из других языков, например из французского или английского: *All-Suite-Hotel, Aparthotel, Pension, Boardnghouse* [1].

Таким образом, лексика гостиничной сферы обнаруживает немало интересных, в том числе с точки зрения лингвистики, особенностей, изучение которых важно не только путешественникам, но и всем изучающим немецкий язык. С этой сферой связаны также наименования профессий, процессов заселения, проживания, оплаты, выселения, видов обслуживания и так далее, имеющие как сходства, так и различия с их русскоязычными аналогами. Некоторые обозначения могут вводить иностранцев в заблуждение, к примеру, нередки ситуации непонимания смысла фразы *Sie müssen morgen früh das Zimmer aufräumen* – Вы должны завтра рано утром

освободить комнату (не прибрать!). Подобные нюансы легко проясняются в процессе коммуникации, однако изучающему немецкий язык знание такой информации необходимо, поскольку это позволит избежать недоразумений и коммуникативных неудач. Следовательно, заявленное в рамках настоящей статьи исследование немецкой лексики гостиничной сферы является перспективным и будет продолжено.

Литература

1. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс] Режим доступа: https://studbooks.net/1883075/turizm/industriya_turizma_germanii (дата обращения: 12.05.2019).

УДК 81' 32

РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ «НА СТЕНАХ» СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

*Харченко Денис Александрович,
студент 1 курса факультета компьютерных наук и технологий;
Мачай Татьяна Александровна,
кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Коммуникация в социальных сетях стала объектом пристального внимания лингвистов нашего времени. Социальные сети – явление современного Интернета, охватывающее большую часть его аудитории. Причиной популярности социальных сетей является возможность удовлетворить одну из главных потребностей человека – потребность в коммуникации. Социальные сети стирают границы расстояний между людьми, позволяя общаться, просматривать фотографии и видеоролики друг друга, находясь в разных точках планеты. Социальные сети сближают людей с одинаковыми интересами, что помогает найти компанию для совместного похода на выставку, концерт или в клуб. Множество групп, специальных сообществ по интересам, позволяют найти интересных собеседников, получить помощь по конкретным вопросам или нужную пользователю информацию. Все это предоставляет широкие возможности для изучения языковой личности, общающейся в социальной сети.

Лингвисты полагают, что на современном этапе развития русского языка возникают новые жанры текстов в процессе Интернет-коммуникации, а также идет изменение и преобразование традиционных, что обуславливает

интерес к их изучению. В ходе выполненного исследования были рассмотрены записи участников на “стенах” социальной сети «ВКонтакте».. В большинстве случаев жанр определялся интуитивно, за исключением тех случаев, когда участники общения в социальной сети сами обозначали жанр текста. Так, применительно к сети «ВКонтакте» можно выделить множество различных речевых жанров. Были отобраны наиболее часто встречающиеся: анекдот, реклама, совет, гороскоп, инструкция, объявление.

Среди отобранных речевых жанров представляет интерес рассмотреть такой, как статус. *Статус* – является одним из интереснейших коммуникативных жанров. Это тот же афоризм или какое-либо другое устойчивое сочетание. Он может быть функционировать в виде диалога, либо монолога. На страничке «ВКонтакте» статус обычно расположен сверху под фамилией и, как правило, отражает эмоциональное, физическое, душевное состояние пользователя. Например: *Красивых много – родная должна быть только одна; Я могу спокойно отключить телефон на неделю, этого никто не заметит.*

Следующий речевой жанр, часто встречающийся в Интернет-коммуникации – это *анекдот*. Традиционно это небольшой, забавный, смешной рассказ. Обычно оформляется в виде диалога, но в последнее время может получать другую реализацию. Анекдот воспроизводится от первого лица, либо вообще его не имеет. (- *Можно мы на вашу следующую пару не придем? – Да! – А вы отмечать не будете? – Нет, я вообще на работе не пью!; Детство заканчивается тогда, когда зовут не кушать, а готовить.*)

Особого внимания заслуживает также *совет*. Совет – это наставление, указание как поступить. Чаще всего представляют собой обращение к кому-либо и выполняет коммуникативную функцию. Совет выделен как речевой жанр, потому что в последнее время активно функционирует в письменной форме в ходе общения интернет-пользователей. Обычно это небольшой текст, сопровождаемый картинками и смайлами, фото и граффити: *«Никогда не доверяйте Людмиле, которая говорит, что она некрасивая», «Девушки, цените парней...»*

Небезынтересен и жанр *инструкции* – как свода правил, устанавливающий порядок и способ выполнения чего-нибудь. Варианты данного речевого жанра находим в виде текста с картинками (*Как правильно завязать галстук*) или схемы-изображения (*человек с обозначением идеальной позы для сна*).

В Интернет-общении часто встречается и *объявление*, которое, как правило, содержит извещение о чем-то в виде текста с добавлением картинок, граффити, фото (*Делаем дипломы магистра и специалиста, любые*

группы!!! Н Т.У .093-139-93-39). Выполненный анализ наиболее частотных жанров открывает возможности для изучения особенностей соотношения вербальных и невербальных способов представления информации в коммуникативном пространстве.

Литература

1. Агапова Е.А. Речевые жанры «на стенах» социальной сети «Вконтакте» / Под ред. Доронина Н.И., общ. ред. Белгородцева Е.В.// Русская языковая личность в современном коммуникативном пространстве, Выбор плюс: цифровая типография. – 2012. – С.74-762.
2. Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок.57 000 слов/ Под ред. Чл. – корр.АН СССР Н.Ю. Шведовой. – 19-е изд., испр. – М.: Рус. Яз., 1987. – 750 с.

УДК 81.27

ЯЗЫК КАК ВЕДУЩЕЕ СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Щербакова Карина Александровна,
ученица десятого класса;
Червоня Лилия Ивановна,
учитель высшей категории,
учитель-методист
МОУ «Школа №52 города Донецка»*

В XXI веке наряду с понятием «общение» в науке широкую популярность приобрел термин «коммуникация». Учитывая родство понятий, большинство ученых отождествляют эти два слова. Изучение факторов, способствующих эффективной межкультурной коммуникации, является актуальным направлением научных исследований. Это связано с процессами расширения экономического, политического и культурного аспектов сотрудничества.

В современном мире взаимодействие разных культур выступает в качестве средства сохранения культурного многообразия. Ни одна из культур нашего мира не существует сама по себе. На протяжении всего исторического развития происходил непрерывный обмен культурными достижениями между представителями разных народностей. На этот счет известный ученый Н.В. Кокшарова, отмечает, что межкультурное

взаимодействие носит двусторонний характер, в рамках которого осуществляется изменение состояния, содержания и функций одной культуры под воздействием другой.

В наши дни межкультурная коммуникация понимается с разных точек зрения. Так, под межкультурной коммуникацией принято понимать межперсональную коммуникацию в специальном контексте, когда имеет место культурное отличие ее участников. Межкультурная коммуникация определяется также как общение между носителями разных культур, когда их различия приводят к тем или иным трудностям. Более того, довольно известным в межкультурной коммуникации является ее понимание с точки зрения совокупности отношений между представителями разных культур.

Классическое определение феномена межкультурной коммуникации обнаруживается в рамках книги Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова «Язык и культура», где под ним понимается взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам.

Одной из сложных и многоаспектных, однако не менее актуальных, проблем современности является проблема соотношения языка и культуры. В российской науке на этот счет имеется как минимум два основных подхода.

Так, с точки зрения первого подхода, представителями которого являются С.А. Атановский, Г.А. Брутян, Е.И. Кукушкин, Э.С. Маркарян, А.В. Смирнов, взаимосвязь языка и культуры представляет собой движение в одну сторону, поскольку если язык призван отражать действительность, а культура является неотъемлемым компонентом этой самой действительности, то язык представляется как отражение культуры. При этом какие-либо изменения действительности приводят к соответствующим изменениям в культуре, что в свою очередь отражается непосредственно в самом языке.

В связи с этим можно сказать о том, что в случае перемен действительности изменениям подвергаются и национально-культурные стереотипы, а также язык. Такой подход не учитывает довольно значимую проблему влияния языка на культуру.

В следующем подходе рассматривается несколько обратное воздействие языка на культуру. В частности, В. Гумбольдт систематизировал имеющиеся представления о языке, как о картине мира, которые способствовали развитию многочисленных теорий, включая теорию лингвистической относительности. Первоначально основные положения этой теории были сформулированы американским антропологом Ф. Боасом, который занимался изучением соотношения языка и культуры. В результате многолетних исследований ученый пришел к выводу, что культура не может быть понята без знания ее языка. По его мнению, знание языков выступает важным проводником к полному пониманию обычаев и верований людей.

В качестве примера можно привести следующую ситуацию: француженка вышла замуж за англичанина из довольно простой деревенской семьи. Как-то раз за ужином она хотела похвалить кулинарные способности

хозяйки дома и сказала: "It's terrible!" Все присутствующие вышли из-за стола и хлопнули дверью. На самом деле, это калька с французского "C'est terrible!" – высокая положительная оценка. (Ср. русское "Это ужасно красиво!").

Имеется также и третий подход, который основан на взаимодействии языка и культуры, в рамках которого язык представляется составной частью культуры, наследуемой от предков и выступает в качестве основного инструмента усвоения культуры. Так, с точки зрения С.Г. Тер-Минасова, язык является орудием познания, передачи информации, выступает носителем культуры, поскольку отражает мир, хранит и передает знание об этом мире, формирует носителя языка.

В рамках настоящей статьи соотношение языка и культуры рассматривается нами с точки зрения третьего подхода, поэтому взаимоотношения между языком и культурой рассматриваются нами как отношение части и целого.

Пожалуй, одним из главных и основных свойств языка является его универсальность, которая позволяет реализовать внутрикультурное и межкультурное общение. Язык выступает в качестве основного средства контакта между людьми. С точки зрения его коммуникативной функции он может быть назван основным средством общения. Вместе с этим язык является основным носителем и мощным транслятором культуры. Так, посредством языка могут выражаться все компоненты культуры. В процессе эволюции культуры она предстает как средство межчеловеческой коммуникации и общения в пространстве и времени.

Главным средством общения выступает язык, в котором исследователи видят наиболее отличительный признак культуры. Вне языка не существует культуры, а культура на каждом этапе своего развития символически оформляется, находит свое выражение, в первую очередь, именно в языке.

Обобщая проведенный анализ, мы можем отметить, что в литературе значение языка оценивается прежде всего, как:

- зеркало культуры, отражающее не только реальный мир, который окружает человека, но и ментальность народа, его национальный характер, обычаи, традиции, систему норм и ценностей, а также картину мира в целом;
- кладовая, копилка культуры, поскольку все знания, умения, материальные и духовные ценности, которые веками накапливались народом, хранятся в его языковой системе – фольклоре, книгах, в устной и письменной речи;
- носитель культуры, поскольку именно посредством языка обеспечивается ее передача от одного поколения к другому. Так, дети, в процессе инкультурации, вместе с овладением языком, осваивают обобщенный опыт предыдущих поколений;

- инструмент культуры, обеспечивающий формирование личности, которая именно посредством языка воспринимает менталитет, традиции, обычаи народа, а также специфический культурный образ мира.

Обобщая вышесказанное, мы вправе утверждать, что без знания вторичной, культурной среды никакая коммуникация вообще невозможна. В связи с этим, при осуществлении межкультурного общения следует придерживаться некоторых языковых правил, которые обеспечат ее эффективность.

Таким образом, язык занимает ведущее место в системе межкультурной коммуникации, обеспечивает успешность и эффективность межкультурного общения. Проведенный анализ позволил увидеть заметную параллель в коммуникативном взаимодействии между людьми и говорить о том, что язык навязывает человеку свое видение мира, культуры другого этноса и играет определяющую роль в обеспечении межкультурного согласия.

Литература

1. Верещагин, Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. – М.: 1990. – 120 с.
2. Википедия – «Межкультурная коммуникация». – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Принципы_межкультурной_коммуникации]
3. Дэцзидэма, Д., Будаева С.В. Язык как средство трансляции культуры в процессе межкультурной коммуникации // Гуманизация образования. – 2014. – №6. – с.51–55.
4. Межуев, В.М. Идея культуры. Очерки по философии культуры. – М: Прогресс-Традиция, 2006. – 408 с.
5. Садохин, А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высшая школа, 2005. – 310 с.
6. Язык и межкультурная коммуникация: материалы Второй Международной науч.-практ. конф. Великий Новгород, 19–20 мая 2011 г.: в 2 т. Т. 1. / отв. ред. О.А. Александрова, Е.Ф. Жукова; НовГУ им. Ярослава Мудрого.

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА:
ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА, ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.
ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ПОЭТИЧЕСКОГО ТЕКСТА:
ЗВУК, СМЫСЛ, КУЛЬТУРА, ЛИЧНОСТЬ**

УДК 81'42

**ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПИСАТЕЛЯ В РОМАНЕ М.А. БУЛГАКОВА
«МАСТЕР И МАРГАРИТА»**

*Аношина Яна Витальевна,
студентка I курса филологического факультета;
Панчехина Мария Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Объектом нашего исследования являются аспекты языковой личности Мастера в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита», **предмет** исследования – особенности и стратегии речевого поведения Мастера в романе. **Актуальность** исследования состоит в том, что языковая личность булгаковского героя осмысливается как элитарная. **Цель** исследования – описать структуру языковой личности Мастера как создателя романа о Пилате.

1. Понятие «языковая личность» в лингвистике

Разработка понятия и структуры связана с исследованиями Ю.Н. Караулова [1], который выделяет три основных компонента, составляющих модель языковой личности:

- вербально-семантический, отвечающий за владение языком («нулевой»);
- когнитивный («первый»);
- мотивационно-прагматический, содержащий информацию о внутренних установках и целях индивида («второй»).

На нулевом уровне в качестве единиц фигурируют отдельные слова, наиболее применяемые, простые сочетания слов, типичные формулировки и фразы, которые выступают как своеобразные шаблоны и клише. На когнитивном уровне в качестве единиц выступают общие (обыденно-житейские) определения, идеи, носителями которых становятся те же слова вербально-семантического уровня, но облеченные теперь понятийным, смысловым статусом. Высший (мотивационно-прагматический) уровень языковой личности – отражение креативного начала индивида,

проявляющееся в индивидуальном выборе языковых средств, словотворчестве.

На наш взгляд, гармоничное взаимодействие всех обозначенных трех уровней структуры позволяет говорить о формировании языковой личности элитарного типа, речь которой воспринимается как эталон. Примером языковой личности такого типа являются поэты и писатели, чьё речевое поведение демонстрирует креативный потенциал языка.

2. Речевое поведение Мастера

В исследуемом нами романе М.А. Булгакова примером элитарной личности является Мастер, выступающий в качестве создателя романа о Пилате. Особенности его речевого поведения отражены в тех речевых жанрах, которые булгаковский герой выбирает в процессе коммуникации с другими действующими лицами. Речевые жанры как устойчивые формы высказываний, характерные для конкретной ситуации общения, лежат в основе каждого компонента языковой личности. Докажем это иллюстративными примерами из текста.

Вербально-семантический уровень является базовым, он отвечает за начальный этап освоения языка, поэтому основная сфера его отражения – бытовое общение. На этом уровне в речи Мастера чаще всего представлен речевой жанр просьбы-призыва, просьбы-приказа, просьбы-мольбы: *«Догодайся, что со мною случилась беда. Приди, приди, приди!», «Не пишите больше! – попросил пришедший умоляюще», «Дальше, дальше, умоляю вас».*

Когнитивный уровень языковой личности Мастера – это его собственно речевая самоидентификация, проявляющаяся в форме автопрезентации: *«Я – мастер, – он сделался суров и вынул из кармана халата совершенно засаленную черную шапочку с вышитой на ней желтым шелком буквой "М". Он надел эту шапочку и показался Ивану в профиль и в фас, чтобы доказать, что он – мастер»; «Это простительная слабость. Она слишком высокого мнения о том романе, который я написал».*

Мотивационно-прагматический уровень языковой личности булгаковского героя выделяется нами в связи с его рассуждениями о процессе создания романа о Пилате, в контексте которых в повествование вводятся автокоммуникативные высказывания.

Исследователем М.Н. Панчехиной [2] уже высказывалась гипотеза, согласно которой автокоммуникация в романе «Мастер и Маргарита» – это приём, характеризующий коммуникативное поведение И. Бездомного. Напомним, что И. Бездомный является учеником Мастера как элитарной языковой личности, ориентируется на его наставления не писать стихов, а потому очевидно, что и автокоммуникативные высказывания, характерные для И. Бездомного, характеризуют также речь его учителя. *«О, как я угадал! О, как я все угадал!», «Пилат летел к концу, к концу, и я уже знал, что последними словами романа будут: "...пятый прокуратор Иудеи, всадник Понтий Пилат"», «я вспомнить не могу без дрожи мой роман» и др.*

Взаимодействие всех указанных аспектов языковой личности Мастера позволяет утверждать, что в последнем романе М.А. Булгакова формируется особый тип речевого поведения, характерный для творческой личности, занимающейся писательским трудом. В дальнейшем целесообразно рассмотреть, как предложенная модель проявляет себя в других произведениях М.А. Булгакова, в которых героями оказываются поэты и писатели.

Литература

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. / Ю.Н. Караулов. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.
2. Панчехина М.Н. Автокоммуникация в художественном произведении: к вопросу о речевом поведении Ивана Бездомного в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» / М.Н. Панчехина // Современное есениноведение. – Рязань, 2018. – № 4 (47). – С. 75–79.

УДК 81`42

«ПРИВЕТСТВИЕ» И «ПРОЩАНИЕ» КАК РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ В РОМАНЕ М.А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»

*Земцова Виктория Сергеевна,
студентка II курса филологического факультета;
Панчехина Мария Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

В работе анализируются речевые жанры «приветствие» и «прощание». Цель заключается в характеристике речевой реализации жанров «приветствие» и «прощание» в булгаковском повествовательном дискурсе. Основными задачами работы является составление анкеты речевых жанров по модели, предложенной Т.В. Шмелёвой, и определение коммуникативной роли приветствия и прощания в тексте художественного произведения – романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита».

Коммуникативная цель. Приветствие и прощание – этикетные речевые жанры, выполняющие контактоустанавливающую (фатическую) функцию. Следовательно, коммуникативная цель приветствия заключается в предоставлении информации об узнавании потенциального собеседника говорящим, создании нужной тональности в начале общения. Возьмём, к примеру, фрагмент главы «Крем Азazelло», в которой Маргарита

придумывает напоследок подшутить над Николаем Ивановичем: «— А, здравствуйте, Николай Иванович! — грустным голосом сказала Маргарита, — добрый вечер!».

Прощание же используется с целью «прервать контакт на время, установить возможность дальнейшего общения по истечении срока разлуки» [1, с. 13]. «— До свидания, — сказал Воланд. И Маргарита в чёрном плаще, мастер в больничном халате вышли в коридор ювелиршиной квартиры, в котором горела свеча и где их дожидалась свита Воланда».

Образ автора. Адресант высказывания — инициатор коммуникативной ситуации, который, приветствует, чаще всего проявляя доброжелательность по отношению к собеседнику либо же прощается, заканчивает беседу. «— Иван Васильевич? — радостно вскричала трубка, — страшно рад слышать ваш голос!».

Образ адресата — это субъект, которому адресован речевой жанр. На приветствие коммуникант, как правило, отвечает взаимной приветственной фразой или жестом: «Увидев вошедшего, Рюхин побледнел, кашлянул и робко сказал: — Здравствуйте, доктор. Доктор поклонился Рюхину, но, кланяясь, смотрел не на него, а на Ивана Николаевича». С прощанием ситуация идентичная. Адресат может либо ответить взаимностью: «— Всего доброго, — удивляясь, сказал Варенуха. — Прошу принять, — говорила трубка, — мои наилучшие, наигорячейшие приветы и пожелания! Успехов! Удач. Полного счастья. Всего!», либо игнорировать заключительную фразу: «— Ну вот и славно! — по своему обыкновению заключил беседу Стравинский и поднялся, — до свиданья! — он пожал руку Ивану и, уже выходя, повернулся к тому, что был с бородкой, и сказал: — Да, а кислород попробуйте... и ванны. Через несколько мгновений перед Иваном не было ни Стравинского, ни свиты».

Образ прошлого. В рамках данного пункта анкеты, Т.В. Шмелёва разграничила инициальные и реактивные речевые жанры. Исходя из указанного положения, отнесём приветствие и прощание к инициальным РЖ, которые начинают и заканчивают общение, хотя они и являются реакциями на ситуации встречи и расставания: «— Прощайте, Николай Иванович! — закричала Маргарита, приплясывая перед Николаем Ивановичем. Тот охнул и пополз по скамейке, перебирая по ней руками и сбив наземь свой портфель. — Прощайте навсегда! Я улетаю, — кричала Маргарита, заглушая вальс».

Образ будущего предполагает дальнейшее развитие ситуации после реализации указанных речевых жанров. Для приветствия характерно продолжение общения, для прощания — завершение его. «— Верю, верю, — вздохнув, отозвался артист, — эта старая сквалыга не то, что племяннику — черту не скажет этого. Ну, что же, попробуем пробудить в ней человеческие чувства. Быть может, еще не все струны сгнили в ее ростовщицкой душонке. Всего доброго, Канавкин! И счастливый Канавкин уехал».

Собственно языковое воплощение речевых жанров. Приветствие и прощание в романе представлены достаточно широко и разнообразно.

Национальный корпус русского языка дает нам следующие результаты. Наибольшее количество вхождений наблюдается у словоформ *здравствуй* (6 раз), *прощайте* (8 раз): «– *Здравствуй, Григорий Данилович, – тихо заговорил Стёпа, – это Лиходеев*». «*Туда, туда. Там ждёт уже вас дом и старый слуга, свечи уже горят, а скоро они потухнут, потому что вы немедленно встретите рассвет. По этой дороге, мастер, по этой. Прощайте! Мне пора. – Прощайте!* – одним криком ответили Воланду Маргарита и мастер. Тогда чёрный Воланд, не разбирая никакой дороги, кинулся в провал, и вслед за ним, шумя, обрушилась его свита». Причём в данном примере словоформа *прощайте* первый раз указывает на то, что Воланд обращается не к одному адресанту, а к двоим, Мастеру и Маргарите, причём в ответной фразе подчёркивает уважительное отношение к собеседнику, который является старше по возрасту и по «званию».

Словоформа *прощай*, которая сочетается с *ты*-формами и употребляется по отношению к хорошо знакомому адресату в неофициальной обстановке, встречается в тексте романа 3 раза: «– *Прощай, Наташа!* – прокричала Маргарита и вздёнула щётку, – *невидима, невидима, – ещё громче крикнула она и между ветвями клёна, хлестнувшими её по лицу, перелетев ворота, вылетела в переулок*».

Словоформа *приветствую*, которую применяют в официальном общении, использована 3 раза: «– *Приветствую вас, королева, и прошу меня извинить за мой домашний наряд*».

В тексте романа 4 раза встречается конструкция *до (скорого) свидания* и 2 раза её просторечный вариант *до свиданья*: «*До скорого свидания! – и он встал, а свита его шевельнулась*». «*Буфетчик протиснулся в дверь, пискнул "до свиданья" и пошёл, как пьяный*». Словоформы *доброе утро*, *добрый день*, *добрый вечер*, которые указывают на время общения, употреблены по одному разу: «*Молчание нарушил этот неизвестный, произнеся низким, тяжёлым голосом и с иностранным акцентом следующие слова: – Добрый день, симпатичнейший Степан Богданович*».

Желаю здравствовать в тексте романа встречается 2 раза, причём первый раз в качестве приветствия: «– *Прокуратору здравствовать и радоваться*», а второй – в качестве прощания: «*Гость поправил тяжёлый пояс под плащом и сказал: – Имею честь, желаю здравствовать и радоваться. – Ах да, – негромко вскричал Пилат, – я ведь совсем забыл!*»

Прощальная конструкция *имею честь* реализована 2 раза: «– *Имею честь, – сказал начальник тайной службы и, повернувшись, пошёл с балкона*».

По одному вхождению наблюдается у глаголов повелительного наклонения, использованных в ситуации прощания, *идите* и *ступайте*: «–*И, обратив к Никанору Ивановичу полные слёз голубые глаза, добавил: – Ну, идите, Никанор Иванович, на место!*»; «*Ступайте же теперь домой, и пусть тот ад, который устроит вам ваша супруга, будет вам наказанием*».

Следует обратить внимание также на экспрессивно окрашенные словоформы. Приветствие *здорово*, относящееся к просторечию, встречается в тексте романа 2 раза и использовано в разных коммуникативных ситуациях. Сравним: «– *Здорово, други! – после чего заглянул под ближайший столик и воскликнул тоскливо: – Нет, его здесь нет!*» и «– *Здорово, вредитель! – злобно и громко ответил Иван*». Два вхождения наблюдается у междометия *Ба*, которое указывает на узнавание собеседника при встрече: «– *Ба! – воскликнул Воланд, с насмешкой глядя на вошедшего, – менее всего можно было ожидать тебя здесь!*».

Жаргонное приветствие *салют* встречается 1 раз и характеризует развязное отношение Коровьева и Бегемота к старшему по иерархии Воланду: «– *Салют, мессир, – прокричала неугомонная парочка, и Бегемот замахал сёмгой*». Отметим также наличие в тексте французского эквивалента словоформы *до свидания* – *Au revoir*, который использован 1 раз: «*Оревуар, Фока! – и, напевая, Амвросий устремлялся к веранде под тентом*».

Таким образом, приветствие и прощание в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» – это инициальные этикетные речевые жанры, характеризующие речевое поведение героев, которое выражается в выборе и реализации тех или иных словоформ с разной семантикой и стилистической окрашенностью.

Литература

1. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. – М.: Русский язык, 1987. – 158 с.

УДК 821.161.1

МИСТИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Н. В. ГОГОЛЯ

*Лазарева Валерия Игоревна,
учащаяся 11 класса МОУ
«Гимназия №70 города Донецка»;
Юрьева Елена Владимировна,
к. филол. н., доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный*

Исследование данного вопроса актуально уже по той причине, что в наше время отмечается огромный интерес к произведениям Н. В. Гоголя. В них отражаются животрепещущие не только в XIX в., но и в наши дни социальные явления. По сюжетам гоголевских произведений известные

композиторы, такие как П.Чайковский, М.Мусоргский, Н.Римский-Корсаков, Д.Шостакович, Р.Щедрин, создавали оперы, знаменитые режиссеры (Г.Товстоногов, Ю.Любимов, И.Ильинский, А.Эфрос, С.Юрский, Л.Гайдай, Н.Михалков) ставили и ставят спектакли, снимали и снимают фильмы, мультфильмы, а такие художники, как И.Репин, А.Агин, П.Боклевский, Б.Кустодиев, В.Маковский, А.Лаптев, П.Соколов, Е.Кирик, Д.Кардовский, писали картины и делали иллюстрации. Кроме того, произведения Н. В. Гоголя содержат значительную историческую и культурологическую информацию, а тема мистического весьма распространена и в современной художественной литературе.

В 1835 г. вышел сборник повестей Н.В. Гоголя «Миргород», в который вошла и повесть «Вий». Это произведение называют самым мистическим у Н. В. Гоголя, иногда – выдающимся триллером. До сих пор исследователи задаются вопросом: «Почему Н.В. Гоголь написал такую странную трагическую повесть и именно в это время?». Сам автор повести в более поздний период (в 1847 г., в 1848 г.) вспоминал: «Какой ужасный для меня этот 1833 год. Боже, сколько кризисов... Сколько я поначинал, сколько пожег...» (Из письма к М.П. Погодину) [цит.: 2, с.114]. Вероятно, произошедшие в этот период в жизни Н.В. Гоголя события привели к переосмыслению многих явлений и, как следствие, к усилению религиозно-мистического восприятия действительности. А в его творчестве романтико-мистические настроения и мотивы трансформировались в тревожно-мистические.

В большинстве случаев исследователи называют все ирреальные эпизоды, ситуации и положения в повестях Н. В. Гоголя, в том числе и в «Вие», фантастическими или магическими. Представляется необходимым обозначить, что понимается под словом *мистическое*, а что – *фантастическое*. «Мистикой называется внутренний (мистический) опыт, который дает нам соприкосновение с духовным, Божественным миром, а также и внутреннее (а не внешнее только) постижение природного мира» [1, с.159], утверждая при этом, что мистический опыт имеет объективный характер. Отметим, что у персонажей Н. В. Гоголя, имеющих демоническую природу (ведьм, колдунов и проч.), все-таки есть некая реальная основа. Известна, к примеру, однокоренная и смысловая принадлежность слов *ведьма* и *ведать*; а колдунами в старину нередко называли людей, ведущих уединенный образ жизни и умеющих лечить людей, животных [5]. Фантастика же в самой своей основе имеет целенаправленное выдумывание, абсолютный, нередко принципиальный, вымысел, которому авторы стараются дать научное обоснование, объяснение. В произведениях Н. В. Гоголя многие нереальные герои думают и действуют как реальные, а для некоторых единый образ состоит из двух противоположных частей: реальной и нереальной (Солоха, отец-колдун и др). У писателя все это выглядит очень обыденно. Два мира соединены в один – гоголевский. Это позволяет нам считать героев, сюжеты и события повестей Н.В. Гоголя своеобразным

сочетанием романтического, мистического и фантастического, что нашло продолжение и развитие в современной литературе в жанре фэнтези, например, в произведениях А.Бушкова, В. Камши.

Во вступлении к книге Н.В. Гоголь написал, что повесть «Вий» «есть народное предание», которое он пересказал именно так, как слышал, ничего не изменив. Однако исследователи утверждают, что в основе повести лежат три сказания. Слово «Вий» Н.В. Гоголь, предположительно, придумал, соединив имя властителя преисподней «железного Ния» (из украинской мифологии) и украинских слов «вия» – ресница и «повико» – веко. Отсюда, вероятно, у Вия длинные веки до пола, которые слугам приходилось поднимать.

Странным образом главным героем повести «Вий» является не мифологический персонаж, а весьма реалистичный студент-философ Киевской бursы по имени Хома Брут. Именно он приглянулся ведьме-панночке, которая вынудила молодого парня подчиниться ее нечеловеческой магической силе и так повлияла на него, что он и «чувствовал какое-то неприятное и вместе сладкое чувство...» [3], и невероятное мистическое зрение у него проявилось, и какую-то необыкновенную то ли музыку, то ли ветер услышал. Убежав от ведьмы, он очень постарался забыть обо всем. Но попавшему в магическую круговороть непросто вырваться. Волею обстоятельств он оказывается во владениях некоего богатого сотника для чтения молитвы над умирающей дочерью хозяина. А увидев эту дочь, уже умершую, бедный философ вновь попадает во власть странных ощущений.

В этой повести два параллельных так последовательно описываемых Н.В. Гоголем мира столкнулись в реале. И их представление читателю принципиально отличается от описываемого ранее. В более ранних повестях представители так называемого хтонического мира, любые потусторонние силы вписаны в жизненную систему реальных персонажей, они выглядят системными. Но не в «Вие». Здесь два мира, переплетаясь событийно, противопоставлены друг другу абсолютно, каждый намертво стоит по свою сторону. Зло побеждает в этой странной битве. И все же самым трагическим в этом действии является место битвы – сельская церковь.

Практически все исследователи повести «Вий» отмечают необычность и места ее расположения, и состояния, и производимого ею впечатления. Как известно, в восточно-славянской православной традиции церковь всегда расположена если не в центре поселения топографически, то в таком месте, которое выделяет это сооружение территориально: на возвышенности, на пути в какое-то более важное место. В повести «Вий» церковь «уныло стояла почти на краю села» [3]. Православная церковь обычно имеет праздничный вид, привычны сферической формы золотые купола, напоминающие небесный свод. Конечно, не всякая сельская церковь имеет богатое убранство. Но она всегда является духовным центром. Церковь, описанная Н.В. Гоголем, находилась в поместье очень богатого человека, а выглядела весьма убого: «почерневшая, убранная зеленым мохом» [3], с

конусообразными куполами. Внутри церковь выглядела еще более запущенной, темной, свечи практически не освещали её, со всех сторон посетителя обступали тьма и мрак. И темень эта была так густа, что невольно на ум приходила мысль о ее мистическом происхождении. От этой мрачной картины веет неодолимой безысходностью. Церковь представляла безжизненной. «Заметно было, что в ней давно уже не отправлялось никакого служения» [3]. В ней не было благодати.

Своеобразен и главный персонаж повести Хома Брут. Он – истинный воспитанник бурсы: ленив и нелюбопытен, вороват и небрежен, не очень расположен к учебе, но очень охоч до развлечений. Судя по описанию Н.В. Гоголя, таковы не только ученики, но и учителя этого учебного заведения. И направляясь во владения пана сотника для совершения определенного обряда, этот студент-философ, обучавшийся в религиозном учебном заведении, понимал всю свою несостоятельность для исполнения необходимой службы, ощущал незнание и непонимание всей глубины данного таинства. Однако отказаться он не мог.

Три ночи Хома Брут отчитывал в церкви усопшую. И каждая служба была ужаснее предыдущей. Ведьма-панночка летала в своем гробу под куполом храма, но никак не могла найти философа, очертившего себя меловым кругом. Третья ночь оказалась фатальной. На подмогу ведьме в церковь пришло много нечисти, а затем привели и железного гнома Вия. Он увидел Хому, вынудил того посмотреть в глаза, отчего семинарист умер от страха до первых петухов. Обсуждая трагическую кончину философа, его друзья пришли к выводу: если бы Брут не посмотрел в глаза Вию, то остался бы жив, но очевидно, что Н.В. Гоголь думал иначе. Хома Брут был христианином, забывшим христианский долг, христианские заповеди. Он, будучи учащимся религиозного учебного заведения, постоянно поминает черта, по необходимости использует и молитву, и заклинания; в церкви, пытаясь выдержать испытания, не надеется лишь на слово Божье, очерчивает вокруг себя меловой круг. Он обречен. И причина тому не внешние силы, описанные автором так красочно, виной тому – он сам, его душевная и физическая лень, его предательство по отношению к вере.

В этой повести представлена не просто иная реальность, а столкновение христианского и мистического начал, в эпицентр которого попал незадачливый бурсак. Да и безопасность церкви, в которой пришлось провести Хоме три самых жутких ночи в его жизни, мнимая. Не защитила его от нечистой силы, пришлось герою создавать «дом в доме», очерчивая меловой круг. Но Хома погибает. Вновь Н.В. Гоголь обращается к теме бессилия человека перед силами тьмы.

Все повести сборника «Вечера на хуторе близ Диканьки» построены на живом ощущении пространства между сказкой и реальностью. Это закономерно, поскольку еще существовала в то время некая связь с устно-народным творчеством, с традицией рассказывания о чудесах, о ведьмах, колдунах. В этих рассказах, наполненных мистическими персонажами,

неожиданными превращениями, автор ироничен, насмешлив и порой не сдержан в своем отношении к народному представлению обо всех этих потусторонних силах. Среди мистических персонажей гоголевских «легенд» встречаются с симпатией относящиеся к людям, например, Утопленница; и отрицательно настроенные – панночка-ведьма, колдун-отец Катерины, железный гном Вий. Мистическими выглядят превращения черта в черного коня, отца – в колдуна, Солохи – в ведьму, Панночки – в ведьму. К тому же, все гоголевские мистические персонажи легко и просто контактируют с реальными обычными людьми, являясь, порой, даже членами одной семьи. Мистическими в этих произведениях выглядят места (площадь, река, горы, село) и время (день и ночь) действия. И это сразу порождает двойственную картину мира, его дневную и ночную стороны [4]. Н.В. Гоголь широко использует прием гиперболизации, рисуя особенную реальность: и Днепр такой ширины, что не всякая птица сможет долететь до его середины, и горы таковы, что не видно ни вершины, ни подошвы, а вокруг – облака. Да и Диканька, собственно, чуть ли не центр Вселенной...

Очень важным мотивом в гоголевских повестях является демонстрация понимания автором значения Бога для человека и ценность чистоты человеческой души. В период создания произведений, вошедших в сборник «Миргород» в творчестве Н.В. Гоголя произошли серьезные изменения в отношении к реальной жизни и быту в России, что отразилось в его повестях. Усилились его религиозно-мистические настроения. Произошла эволюция в самой поэтике писателя. Романтико-мистические и чудесно-волшебные мотивы его ранних повестей сменились тревожно-мистическими мотивами повести «Вий».

Литература

1. Булгаков С. Н. Православие. Очерки учения православной церкви. – М: Директ-Медиа, 2014. – 217 с.
2. Виноградов И.А. Гоголь – художник и мыслитель: христианские основы мирозерцания – М.: «Наследие», 2000. – 448 с.
3. Гоголь Н.В. Вечера на хуторе близ Диканьки. Миргород: Повести. – М.: Эксмо, 2007. – 544 с. – (Русская классика).
4. Гончаров С.А. Творчество Гоголя в религиозно-мистическом контексте. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 1997. – 340 с.
5. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. Т.1 (А-Д): пер.с нем. и доп. О.Н. Трубачева/под ред. и с предисл. Б.А. Ларина. – 2е изд., стер. – М.: Прогресс, 1986. – С. 284-285.

**РЕЧЕВОЙ ЖАНР «ШУТКА» И ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ
СПОСОБЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (НА
МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗА А.П. ЧЕХОВА «ШУТОЧКА»)**

*Лапина Валерия Михайловна,
студентка III курса филологического факультета;
Панчехина Мария Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Исследование шутки как специфической речевой структуры связано с теорией речевых жанров М.М. Бахтина [1], для которого речевой жанр – это единственная первичная форма существования языка. Отмечая подвижность структуры речевого жанра, М.М. Бахтин пишет, что речевые высказывания легко поддаются переакцентуации и трансформации. Цель данной статьи состоит в том, чтобы определить основные (собственно лингвистические) компоненты речевого жанра шутки на материале рассказа А.П. Чехова «Шуточка», который является материалом исследования.

Выделение речевого жанра шутки в группе комических жанров (анекдот, ироническая беседа, иронический комментарий) становится возможным в связи с тем, что исследуемая нами речевая структура имеет маркеры, выраженные глаголами и именами: «шутить», «шуточность», «шуточный».

Исследователь Ю.В. Щурина называет указанные части речи «квалификаторами» речевого жанра шутки, отмечая, что «экспериментирование над языком, сознательное выведение его за пределы нормы, творческое нарушение семантических и прагматических правил указывает на скрытые резервы языка, а потому, все, связанное с подобным экспериментом, заслуживает изучения» [2, с. 5].

Формирование речевого жанра шутки происходит в бытовом общении, осуществляясь, как правило, в процессе неформальной коммуникации. Шутка не содержит ограничений при выборе речевых средств, в связи с чем и адресант, и адресат имеют возможность нестандартно проявлять себя в процессе коммуникации. Отсюда экспрессивность высказываний, эмоциональная окрашенность, субъективность, использование тропов и фигур.

Указанные особенности позволяют назвать шутку принципиально незакрытым речевым жанром, что подразумевает использование адресантом креативного потенциала языка. Действительно, речевой жанр шутки – это особый, нестандартный результат при творческом подходе к языку.

Хотя анализируемый нами речевой жанр традиционно подразумевает наличие комического эффекта, его собственно авторское осмысление в художественном тексте приобретает иные, зачастую противоположные, коннотации.

Рассказ А.П. Чехова «Шуточка» впервые опубликован в журнале «Сверчок» № 10 от 12 марта 1886 года. Обратим внимание на то, что в названии текста лексическое значение слова усиливается благодаря суффиксу -очк-, подчёркивающему эмоционально-экспрессивный компонент заглавия. Интересно наблюдение, которое высказала исследователь А. Вежицкая касательно семантики данного суффикса: кроме уменьшительности, он указывает «на хорошие чувства» [3, с. 67], то есть слово несёт в себе оттенок положительного значения. Действительно, указанная семантика прослеживается в анализируемом нами произведении.

Наибольшую частотность в чеховском рассказе обнаруживает речевой жанр признания с традиционной формулой *я люблю вас*. Исходя из контекста произведения, именно это указанное высказывание выступает в качестве ситуативного эквивалента шутки, является его внутритекстовым аналогом: *«И с этого дня я с Наденькой начинаю каждый день ходить на каток и, слетая вниз на санках, я всякий раз произношу вполголоса одни и те же слова: – Я люблю вас, Надя!»*

Признание, значимость которого усиливается повторяемостью в тексте, осуществляется в той ситуации, когда и адресат, и адресант находятся в приподнятом настроении. Благодаря этому речевой жанр признания действительно соотносится с интерпретацией шутки с её установкой на юмористический компонент. Примечательно, что в сознании адресанта высказывания, Наденьки, признание превращается в устойчивую формулу, вызывающую привыкание и позиционирующуюся как коммуникативный сигнал, после которого обязательно возникнут положительные эмоции: *«Скоро Наденька привыкает к этой фразе, как к вину или морфию. Она жить без нее не может. Правда, лететь с горы по-прежнему страшно, но теперь уже страх и опасность придают особое очарование словам о любви, словам, которые по-прежнему составляют загадку и томят душу. Подозреваются всё те же двое: я и ветер...»*

Фраза с признанием становится ритуальной, она интерпретируется нами как коммуникативный код, при отсутствии которого невозможна и сама ситуация общения: *«Весенний ветер дует ей прямо в бледное, унылое лицо... Он напоминает ей о том ветре, который ревел нам тогда на горе, когда она слышала те четыре слова, и лицо у нее становится грустным, грустным, по щеке ползёт слеза... И бедная девочка протягивает обе руки, как бы прося этот ветер принести ей ещё раз те слова».*

В финале рассказа происходит столкновение двух точек зрения на факт признания. Если для героини это однозначно приятное воспоминание и то событие из жизни, которое можно вспомнить с улыбкой, то точка зрения рассказчика принципиально иная: *«А мне теперь, когда я стал старше, уже*

непонятно, зачем я говорил те слова, для чего шутил». Данная фраза является заключительной в тексте, в ней впервые возникает и очевидно подчёркивается повествователем семантика языковой игры, основанной на амбивалентной трактовке факта признания: положительное vs псевдоположительное.

Таким образом, в чеховском рассказе «шуточкой» оказывается речевое высказывание, являющееся признанием в любви лишь по своему формальному признаку, его содержательный аспект не соответствует форме, что и позволяет интерпретировать уже весь текст не как традиционную шутку, но шуточку. В дальнейшем целесообразно составить типологию комических речевых жанров в творчестве А.П. Чехова, что и представляет перспективу нашего дальнейшего исследования.

Литература

1. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Бахтин М. – М.: Эстетика словесного творчества. – М., 1979. – С. 250 – 297.
2. Щурина Ю.В. Шутка как речевой жанр : автореферат дис. ... канд. филолог. наук филологических наук : 10.02.01 / Щурина Юлия Васильевна. – Новгород, 1997. – 24 с.
3. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Русские словари, 1996. – 416 с.

УДК 81`42

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ «РЕЧЕВОЙ ЖАНР» В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОИЗВЕДЕНИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО «ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ»)

*Литичевская Маргарита Александровна,
студентка 5 курса филологического факультета;
Панчехина Мария Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Работа посвящена анализу собственно лингвистического наполнения понятия «речевой жанр» применительно к произведениям художественной литературы. Объектом исследования является структура речевого жанра как особой формы высказывания, предметом – лексико-грамматические средства реализации речевых жанров в художественном тексте. В качестве материала исследования взята большая повествовательная форма – роман Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание», в котором речевые жанры, взаимодействуя между собой, образуют сложное коммуникативное целое.

1. Проблема дефиниции

Методологической основой для собственно лингвистической трактовки понятия «речевой жанр» являются исследования М.М. Бахтина [1], который высказал мысль о том, что речевые жанры представляют собой относительно устойчивые типы высказываний. По своей природе они являются принципиально коммуникативными, то есть подразумевают и адресата, и адресанта как участников речевого акта. Согласно концепции М.М. Бахтина, речевые жанры различаются тематическим содержанием, стилем и композиционным построением, что проявляется в выборе говорящим подходящих к конкретной коммуникативной ситуации лексических и грамматических средств. Теория речевых жанров, предложенная М.М. Бахтиным, имела основополагающее значение для лингвистики, она сохраняет актуальность и для современной науки. Чтобы уточнить и прояснить центральное для нас понятие «речевой жанр», рассмотрим пределы его функционирования.

2. Объём и границы понятия «речевой жанр»

Из концепции М.М. Бахтина следует, что речевой жанр, представляя форму коммуникативного высказывания и являясь единицей речевого общения, имеет собственные объём и ограниченность. Указанные характеристики становятся очевидными и заметными в процессе смены речевых субъектов, то есть лиц, участвующих в процессе коммуникации: когда заканчивает говорить один участник, тогда и наступает момент разграничения и окончательного оформления речевых жанров.

В контексте уяснения объёма и границ понятия «речевой жанр» немаловажно подчеркнуть, что современные исследователи – в частности, В.В. Дементьев [2], рассматривают речевые жанры как диалогическое единство, актуализируя бахтинскую идею «вечного диалога»: смена говорящих представляет собой не только очевидную смену речевых субъектов, но и их коммуникативную взаимообусловленность, диалог на собственно речевом и метакультурном уровнях.

3. Речевые жанры в художественном произведении

Типологизация речевых жанров основана на выделении групп высказываний, которые используются при определённом типе общения. Например, этикетные речевые жанры связаны с ситуацией приветствия, прощания, извинения, просьбы.

В.В. Дементьев предлагает классифицировать речевые жанры как те, которые ухудшают или улучшают межличностные отношения коммуникантов. К первым исследователь относит оскорбления, обвинения, ссоры, ко вторым – признания, комплименты, разговоры по душам. Несмотря на широкое разнообразие существующих в современной лингвистике классификаций, очевидно, что в художественном произведении встречаются различные речевые жанры, взаимодействующие между собой и образующие текст как сложное коммуникативное целое.

Примером такого произведения является роман Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание». Приведём в качестве примера лишь некоторые речевые жанры, которые обнаружены нами в тексте.

Просьба-обещание: *«Рубля-то четыре дайте, я выкуплю, отцовские. Я скоро деньги получу».*

Прощание: *«Прощайте-с... А вы всё дома одни сидите, сестрицы-то нет?»*

Приглашение к разговору: *«А осмелюсь ли, милостивый государь мой, обратиться к вам с разговором приличным?»*

Требование: *«Настасья, уйди, ради бога; вот твои три копейки, только, ради бога, скорей уйди!»*

Совет: *«Вот мой совет-с, а зайдите к нам не просясь».*

Соглашение: *«Хорошо, приду».*

Комплимент: *«Славная она, – говорил он, – у ней всегда можно денег достать».*

Оскорбление: *«Да ведь ты говоришь, она урод?»*

Божба: *«Давно! Боже мой»; «Господи! Да чего вам?..»*

Просьба: *«Помилуйте, Алёна Ивановна... Знакомый ваш.. Раскольников».*

Представленный список речевых жанров при его очевидной неполноте всё же даёт все основания полагать, что в романе Ф.М. Достоевского представлен широкий спектр устойчивый речевых высказываний, которые коррелируют и выступают в качестве характеристик речевого поведения героев. В дальнейшем целесообразно создать полный список (каталог) речевых жанров в «Преступлении и наказании», составить анкету каждого жанра в исследуемом тексте. На наш взгляд, указанные перспективы способны расширить трактовку понятия «полифонический роман» применительно к произведению «Преступление и наказание».

Литература

1. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Бахтин М. – М.: Эстетика словесного творчества. – М., 1979. – С. 250 – 297.
2. Дементьев В.В. Теория речевых жанров / В.В. Дементьев. – М.: Знак, 2010. – 600 с.

ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

ДОНЕЦКОГО ПОЭТА

*Марченко Анастасия Станиславовна,
студентка 2 курса филологического факультета
Курмакаева Нина Петровна,
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры русского языка*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Человек – творец, носитель и хранитель языка. Всё, что накоплено в языке, – плод речевой деятельности его творца. Одним из существенных субъектов этой деятельности является поэт с его особым мировидением, неповторимой речевой спецификой, индивидуальным образным мышлением. «Человека говорящего» в лингвистике называют *языковой личностью* (далее ЯЛ). «ЯЛ проявляет все свои особенности (на каком бы уровне они не реализовывались) в процессе общения, в процессе обмена информацией» [8, с. 157]. Продукт коммуникации – созданные ЯЛ тексты. При анализе ЯЛ тексты – основной объект исследования. Тексты, созданные поэтами, раскрывают специфическую сторону языковой личности – её способность создать поэтическую картину реального мира благодаря образному мышлению и особому отношению к окружающей действительности.

Непосредственно за текстами стоит *речевой портрет* (РП) их автора, под которым может пониматься как «воплощенная в речи языковая личность» [7, с.156] в самом широком смысле этого термина, так и различные ее речевые воплощения с учетом конкретных социальных характеристик [4, с. 6], то есть «ее вербально-семантическое воплощение» [8, с. 163]. Такое понимание позволяет обнаружить особенности изучаемой ЯЛ «не как статичного, а как динамичного, постоянно изменяющегося явления» [там же]. Вслед за О.П. Фесенко мы РП понимаем как компонент ЯЛ в ее вербально-семантическом воплощении. Исследователь В.А.Маслова называет три компонента, составляющих содержание ЯЛ, – ценностный, или мировоззренческий, культурологический и личностный [6, с. 119].

Актуальность нашего исследования заключается в том, что донецкий поэт как региональная языковая личность еще не становился объектом и предметом научного изучения. Это объясняется тем, что лингворегионоведение как направление в современной лингвистике и ее ответвление лингвоперсонология являются новыми, активно

развивающимися. Известны имена ученых, работающих в этой сфере: Г.И. Богин, М.С. Быканова, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, В.В. Красных, П.А. Седых, В.К. Харченко и мн. др.

Цель нашего исследования – выявление некоторых штрихов к портрету донецкого поэта для формирования представления о сущностных признаках региональной языковой личности (РЯЛ) Донбасса. Работа проводится в рамках разрабатываемой кафедрой русского языка ДонНУ темы «Донецкий региолект» [1], составной частью которой является тема «Донецкая региональная языковая личность». Объектом исследования мы избрали тексты донецких поэтов, предметом – способы письменной вербализации РЯЛ поэта Донбасса и особенности его мировидения.

ЯЛ поэта можно охарактеризовать как многофункциональную систему, которая состоит из множества параметров: общего и индивидуального, сознательного и бессознательного, духовного и душевного, рационального и интуитивного, репрезентативного и потенциального, обыденного (узуального) и творческого. А у ЯЛ поэта Донбасса это всё ещё и преломляется сквозь призму региональной специфики бытия. Так, составляющей художественного мира поэта А. Парщикова стала *жужелка* ('печной шлак'), слово, которое отмечено как региолектное в Донбассе: *И сняли свет с неё, как персты, / и убедились: парит / жужелка между шести / направлений, молитв, / сказанных в ледовитый сезон / сгоряча...*

В поэтической лаборатории В. Калиниченко новым содержанием наполняется слово-профессионализм *пласты* в одноименном стихотворении, где философски осмысливается этот шахтерский термин. Автор олицетворяет его, рассуждая о его «характере», который «как человек: сегодня щедр, на завтра же прижимистей главбуха, но главное – бессмертен, как Кощей» и с которым «каждый день – борьба. И – кто кого». А вывод логически безупречен: *И там, на дне рискованного колодца, / В самих себе мы открываем пласт./ Он у людей характером зовётся*. Только в языке РЯЛ Донбасса в результате подсознательных психических процессов факты социально-бытового и производственного плана, проявлений человеческого характера, поступков манифестируются в словесные образы, несущие печать отличия от общепринятых номинаций и коннотаций. Вот какие ассоциативные ряды наблюдаем в поэзии Анны Ревякиной:

*Эти воины – дети кротами изрытой земли,
Вместо нимба Господь отдал им коногонку.
Вместо сердца Господь даровал антрацит,
Вместо вдоха степного – горючесть метана...* (Шахтёрская дочь).

Донбасский поэт А. Кравченко в стихотворении «Мои земляки» так образно рисует свою «малую родину», сравнивая ее с более привлекательными для посещения регионами:

*Мой край другими звуками богат,
И назначенье у него другое:
Его глубинный пламенный агат
Гремит особым - угольным прибором.
К нему не отдых нас влечет, а труд,
Стихия векового поединка.
Гроздь антрацита. Сотни солнц живут
В ее одной спрессованной пылинке. [5, с. 307]*

А еще она манифестируется колоритной речевой тропеичностью:

Антрацитный, коксовый, чугунный
Край ты мой, звенящий на заре!
Золотое колесо фортуны
Крутится на стареньком копре... (В. Калиниченко)»

Таким образом, мы рассматриваем донецкого поэта как региональную русскую национальную ЯЛ, наделенную в полной мере лексико-семантическим потенциалом, уникальным ассоциативным пространством, богатым цивилизационным опытом, в том числе на региональном уровне, «накопленным её предками и хранящимся в её сознании в виде социально-исторической памяти об образе мира, – словом, со своей самобытной языковой картиной мира» [1, с. 116] и, соответственно, со своим менталитетом. Эта работа только начинается, и мы находимся в начале пути.

Литература

1. Донецкий региолект : монография / В.И. Теркулов, Н.П. Курмакаева, В.И. Мозговой и др.; под ред. В.И. Теркулова. – Донецк : Изд-во ООО «НПП» Фолиант», 2018. – 265 с.
2. Карасик В.И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 476 с.
3. Курмакаева Н.П. Региональная языковая личность: взгляд из Донбасса / Н.П. Курмакаева // Сталинградская гвоздика : Сб. матемиалов междунар. Конф. / Под ред. И.А. Прихожан и В.И. Супруна. Вып. 3. Волгоград : Фортесс, 2018. – С. 350 – 358.
4. Леорда С.В. Речевой портрет современного студента / С.В. Леорда: Автореферат диссертации на соискание уч.степени канл.филол.н. – Саратов, 2006. – 19 с.

5. Литература родного края: Хрестоматия для учащихся 5–11 классов/ Составители: Г.Н. Король, Л.В. Мельникова, Н.А. Коняшина, В.Н. Пеньков, Т.А. Верланова. – Донецк, 2016. – 505 с.

6. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.

7. Солодянкина Н.В. Речевой портрет студента-филолога / Н.В. Солодянкина, А.В. Хвостова // Русская языковая личность в современном коммуникативном пространстве: Материалы Международной научной конференции. – Бийск: ФГБОУ ВПО «АГАО», 2012. – С. 155-159.

8. Фесенко О.П. От языковой личности к речевому портрету, или Еще раз о терминологическом многообразии в лингвистике / О.П. Фесенко // Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков: материалы международной научно-практической конференции (Омск, 29 марта 2013 г.). – Омск: Омская юридическая академия, 2013. – С. 157-163.

УДК 81`42

«СКАЗКА О ПАСТУШОНКЕ ПЕТЕ, ЕГО КОМИССАРСТВЕ И КОРОВЬЕМ ЦАРСТВЕ» С.А.ЕСЕНИНА В ЛИНГВОПОЭТИЧЕСКОМ ИЗМЕРЕНИИ

*Мирза Мадия Надимовна,
студентка II курса филологического факультета;
Теркулов Вячеслав Исаевич,
доктор филологических наук,
заведующий кафедрой русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Статья посвящена анализу структуры сказки С.А.Есенина «Сказка о пастушонке Пете, его комиссарстве и коровьем царстве» на различных уровнях: морфологическом, синтаксическом и лексическом. Исходя из основных подходов лингвистического анализа текста, выявляются особенности текста как гармоничного целого. Целью нашей работы является изучение произведения с точки зрения структурной организации текста как поэтической целостности художественного пространства.

"Сказка о пастушонке Пете..." – это сложенная картина, создаваемая автором: социальное неравенство, нищета, подчинение властям крестьянских людей. Текст объединён общей темой «Познание окружающего мира и формирование гармоничных представлений о своём предназначении

и роли в этом мире». Функционально-смысловой тип речи – повествование с элементами описания. Композиция текста: зачин («*Пастушонку Пете/Трудно жить на свете:/Тонкой хворостиной/Управлять скотиной*»). Читая первую строфу, читатель знакомится с главным героем – узнаёт его имя, жизнь и мнение насчёт неё → развитие темы жизни пастушонка → кульминация со слов «*И приснился Пете/Страшный сон на свете*» → концовка («*А над ним береза,/Веткой утираясь,/Говорит сквозь слезы,/Тихо улыбаясь*»), после чего следует поучительный вывод: «*Тяжело на свете/Быть для всех примером./Будь ты лучше, Петя,/Раньше пионером*». Всё стихотворение построено на оппозиции «*Пастушонке Пете/ Трудно жить на свете*» и «*Сладко жить на свете!*», которое далее раскроется идиллистическими мыслями («*...Жил он комиссаром/На своей квартире/Знал бы все он сроки/Был бы всех речистей/ Собирал оброки/Да дороги чистил*»). Исходя из-за этой оппозиции, в тексте противопоставляется смех и плач. В данном случае задействован стилистический приём контраста, «*обеспечивающий непрерывность смыслового пространства полярности*» [2, с. 22]. Центром стилистического поля контраста является приём антитезы. В нашем случае в антитезе, в отношениях противоположности находятся два слова, имеющие простую форму и, соответственно, входящие в её состав две оппозиции: «*плачет и смеётся*». Русская культура представляет собой бинарные свойства сознания. Плач осмысливается как культурная универсалия и составляет синкретическую пару со смехом [1, с. 24]. Таким образом, смех, наряду с плачем, становится выражением общественных настроений и поведения, но смех в русской культуре становится именно «плачевным» («*говорит сквозь слёзы*» – перифраз выражения «смех сквозь слёзы»). Слова *плачет* и *смеётся* являются акциональными глаголами (эмоциональные действия), что говорит о движении, развитии в тексте событий. Но наблюдается, что произведение наполнено и звуками, голосами, что образует собой музыку природы: «*Плачет колокольчик*», «*Голос раздаётся/Звоном среди дубравы*», «*осень<...>, что шумит...*». Связность текста доказывается и наличием между высказываниями, входящими в него, определённых типов межфразовой связи – цепных и параллельных. При цепных связях соседние предложения имеют общие компоненты, «новое» первого предложения становится «данным» во втором, например: «*Пете-пастушонке (О)/Голоса не новы,/Он (S₁, прономинализация) найдет (P₁), сторонку,/Где звенят коровы./Соберет (P₂), всех в кучу,/На село отгонит (P₃)*». Цепная связь отражает последовательное, плавное развитие мысли. При параллельной связи в тексте представлены перечисление, сопоставление: «*Май (S₁) всё хорошеет (P₁),/Ели всё игольчей;/На коровьей шее/Плачет (P₂), колокольчик (S₂)*». Связность текста подчёркивается наличием средств межфразовой связи. Они бывают лексическими и синтаксическими:

1) К лексическим средствам связи следует отнести: прономинализацию (коровы – *им*, Пете-пастушонку – *он*); лексику одной тематической группы (осень – *с цепью кленов, мокрый лист с осины, осенней тряске, вязкой грязи*;

весна – *май, ели всё игольчей, дубравы*; животные – *коровы, утка, птица*; продукты – *чай, с вареньем*; природные явления – *дождь, непогода, прохлада*; физическая форма – *тело, живот* и т.д.). С.А.Есенин создаёт вокруг семантического центра пространство, отражающее этот центр различными деталями. Например, тематический ряд *клёнов, лист, осины* раскрывает тему осени, описываемые объекты – составные части одного целого. Также к данному средству связи относятся анафорические слова (*так*), однокоренные слова (*рассказать – сказку, коровьей – корова*) и лексические повторы (*рассказать дубровам – у дубровы опасть; рассказать бы утке – утка улетела*). С точки зрения экспрессивности лексические повторы автором используется не только для структурного оформления высказывания, но и как средство, которое создаёт возможность дальнейшей интерпретации, уточнения единицы языкового уровня, обладающей повышенной важностью.

2) К синтаксическим показателям межфразовой связи принадлежат: союзы с присоединительным значением в начале фразы («...*Улетает в чащу./ И дрожишь полсутки*<...>*А вокруг совета*...»); наклонение: изъявительное (*взглянет*), желательное употребление сослагательного наклонения в независимых предикациях (*жилося бы, если бы*), повелительное (*построй*), долженствовательное (*нужно знать*); видо-временные и модальные планы: прошлое время (*поспела*), настоящее время (*хорошееет*), будущее время (*поймет*). Видо-временные планы чередуются, наслаивают один другого. Глаголы прошедшего времени в конце стихотворения даны в обрамлении, так как завершается произведение внедрением авторского диалога с читателем.

При анализе морфемного уровня особое внимание обращают на себя слова с приставками, несущими значение законченности действия: *при-снилась, о- (в о-страстку, о-веает), за- (за-зевался, за-йдёт, за-гривок), рас-сказать*. Они усиливают впечатление страха, безысходности, завершенности чувства. В нескольких существительных поэт использует уменьшительно-ласкательные суффиксы: *пастуш-онк-у, сторон-к-а, одеж-онк-а, колоколь-чик, ив-ок, куст-ок*. Путём добавления уменьшительно-ласкательного суффикса *-ен-* согласно существующим в языке словообразовательным моделям был создан поэтом окказионализм – *черт-ен-ят*. Обратный эффект, использующийся исключительно в условиях данного контекста как лексическое средство художественной выразительности или языковой игры, наблюдается в словах *кнутов-ищ-ей, руч-ищ-ей, уйм-ищ-а*.

В тексте – 309 слов, словоформ с повторами – 555. Проанализировав текст на уровне морфологии, обнаруживается следующее:

1. Складывается очевидная картина преобладания в тексте произведения **существительных** (114 слов, 36,89%). Существительные можно разделить на конкретные (*коровы, колокольчик*), абстрактные / отвлечённые (*душой, порядок*), вещественные (*чай, хлеба*). В тексте

встречаются собственно онимы (*Сергей Есенин; Петя*), местоименные существительные, употребление которых составляет 2,58%: вопросительные (**Кто** им наморочил? **Кто** им накудахтал?) и отрицательные (**никто** на свете, **некому** открыться). Среди существительных есть несколько отглагольных существительных (девербативов): *рассвет, песня, звоном, спуск, тряска* и т.д. Они абстрактны и соединяют в себе семантику глагола и существительного, отображают действие как процесс и результат действия (констатация факта действия). Видима характерная для отглагольных существительных глагольная семантика (связь с действием), набор флексий, которые дают возможность образовать существительные данной группы, а также синтаксические свойства существительного и глагола. Процесс образования отглагольного существительного с передачей этому существительному семантики действия может осуществляться по-разному. Например, рассветать → рассвет (семантика деривата — процесс действия). Здесь существительное образовано от глагола путём конверсии – заменой парадигмы.

2. Вторую позицию по частотности занимают **глаголы**. Они помогают отразить динамику природы, процессуальность. Из всех слов глаголы занимают меньше четверти текста и представлены 74 словами. Из них 35,13% занимают глаголы прошедшего времени (*жил, был*), 28,37% – настоящего времени (*будь*), 21,62% – будущего времени и 14,86% являются инфинитивами (*жить, быть, думать*).

3. Третьей наиболее употребляемой частью речи является **прилагательное**. К грамматическим особенностям качественных прилагательных относятся образования сравнительная степень (*лучше, упрям-ей-*). По смысловому разграничению в тексте находятся прилагательные:

1) Качественные, которые указывают на: **физические характеристики предметов** (*тонкой хворостиной, с толстым самоваром, лёгкая прохлада*) и оценочные (*страшный сон, испуганная птица*);

2) Дейктические (местоименные): притяжательные: личные (*наш народ*) и возвратные (*на своей квартире*); определительные (*каждый час, с эдаким товаром*); указательные (*написал ту сказку*);

Подсчитано в процентном соотношении количество употребления частей речи (имя существительное – 36,89%, глагол – 23,94%, имя прилагательное – 10,35%, наречие – 5,50%, частица – 4,53%, предлог – 4,20%, союз – 3,88%, местоимение – 1,29%, деепричастие – 0,64%, числительное – 0,64%), а также местоименное прилагательное, которые составляет 3,23%, местоименное существительное – 2,58%, местоименное наречие – 1,61%, междометие и вводное слово – 0,32%. Исходя из этого, заметно, что использование частей речи соответствует идейному смыслу произведения. У С.А.Есенина жизнь слова дана в культурном пространстве — не только в движении, но и в преображении. Истинное познание мира приходит через непосредственную рецепцию этого мира. Рассмотрена

языковая организация текста как объект лингвистического с целью его полного понимания. Лингвистическим анализом определена взаимосвязь идеи и слова посредством словесно-художественного образа. В статье рассматриваются основные принципы и структурная организация текста, что составляет основу лингвистического анализа текста. Главное внимание уделяется нами рассмотрению общих свойств «Сказки о пастушонке Пете...», важнейшим закономерностям внутрикомплексного процесса, воздействие семантики на общую картину восприятия. У поэта основное действие развивается последовательно и представлено глаголами как прошедшего, так настоящего и будущего. В основе стихотворения лежат как акциональные глаголы, глаголы действия, движения (*мыслит*), так и статальные (*жить*). В дальнейшем научный интерес представляется в изучении непосредственно глагольной системы «Сказки о пастушонке Пете...» С.А.Есенина, где будут рассматриваться слова, семантикой которых является действие как процесс и результат действия.

Литература

1. Конырева И.В. Плач как феномен русской культуры: автореф. дис. на соискание учёной степени канд. культур.: спец.24.00.01 «Теория и история культуры»/ Конырева И.В. Комсомольск-на-Амуре: Гос. тех. ун-т, 2003. – 166 с.
2. Павлов В.М. Полевые структуры в строе языка. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – 116 с.

УДК 821.161.1

НЕМАРКИРОВАННАЯ ЦИТАТА И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ СМЫСЛ

*Овчаренко Анастасия Игоревна,
студентка I курса филологического факультета;
Кайдаш Наталья Николаевна,
преподаватель Республиканского лицея при ДонНУ
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

В длинном списке Всероссийской литературной премии «Национальный бестселлер-2018» была представлена книга В.Б. Бочкова «Берлинская латунь», куда помимо одноимённой повести вошли рассказы писателя, в частности, «Парадокс Левитана» [1]. Представляется, что адекватная интерпретация рассказа должна учитывать немаркированную

(незакавыченную) цитату из «Евгения Онегина» А.С. Пушкина (о роли скрытой цитаты см.: [2]).

В рассказе «Парадокс Левитана» присутствуют традиционные для русской классики мотивы двойничества и маленького человека (Н.В. Гоголь, Ф.М. Достоевский). Советский эмигрант, Гриша Горхивер, обладая неповторимым голосом (в повести слово употребляется с заглавной буквы), создаёт в радиопередачах соответствующий ему некий образ (Билли Рокоссовский), который начинает жить собственной жизнью. Герой мечтает о шофёре в белых перчатках и в финале рассказа видит такого шофёра, но тот обслуживает не Горхивера, который уволен, а процветающего Рокоссовского.

Возникает вопрос: это происходит наяву или во сне героя? Ситуация сна в одном эпизоде эксплицирована: «С температурой под сорок, в горячечном полубреду, Грише приснилось, что он сидит в парикмахерском кресле, спеленатый белой простыней, и бреет его киноактер Берт Ланкастер» [1, с.89]. Можно предположить, что и в другом эпизоде (появление шофёра в перчатках и всё, что этому предшествует) реализуется ситуация сна, но имплицитно. Восьмая часть рассказа начинается со слов «Снег выпал только в январе...» [1, с.91], которые в сознании, пожалуй, любого русскоязычного читателя (писатель живёт в США) идентифицируются со строкой из романа в стихах «Евгений Онегин» (гл.5. I). У А.С. Пушкина эта глава посвящена *сну* Татьяны, причём текстуальная перекличка не ограничивается одной строкой: «Снег выпал только в январе, город притих и *посветлел*» [1, с.91] – «В окно увидела Татьяна / Поутру *побелевший* двор». Таким образом, хотя с точки зрения героя «Гриша не спал всю ночь» [1, с.91], финальные события можно считать его сном.

Литература

1. Бочков В. Парадокс Левитана / В. Бочков // Нева. – 2018 – №4. – С.86-92.
2. Овчаренко А.И. Скрытая цитата как ключ к пониманию текста (на материале повести Э.Н. Веркина «Звездолёт с перебитым крылом») / А.И. Овчаренко // Язык и культура: сб. науч. трудов III Республиканской очно-заочной научной конференции (15 ноября 2017 г.)... – Макеевка: ДонНАСА, 2017. – С.28-30.

АНЕКДОТ КАК ЖАНР УСТНОГО НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА: ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ

*Пастухова Алина Олеговна,
студентка I курса Института учета и финансов;
Колесниченко Людмила Владимировна,
старший преподаватель кафедры лингводидактики
ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

В русской национальной культуре анекдот является одним из интереснейших и чрезвычайно продуктивных явлений, реализуемых в юмористической форме устной речи. Его назначение - осмеяние различных пороков общества и самого человека. Цель статьи - рассмотреть вопросы возникновения и этапы развития анекдота как жанра устного народного творчества.

Проблемам изучения анекдота как жанра в широком понимании посвящены работы многих известных ученых-литературоведов: С.С. Аверинцева, М.М. Бахтина, А.П. Пельцера, В.П. Руднева, Е.Я. Шмелевой, А.Д. Шмелева и др.

Анекдот как жанр прошел достаточно долгий путь развития. Интересно, что только в русской речевой культуре это явление имеет особое название – анекдот; в других языках подобные явления называются описательно. Слово «анекдот» произошло от греческого *anecdotos*, что значит «неизданный, неопубликованный». Единого, общепризнанного определения этого жанра до настоящего времени не существует, но нам близко определение, данное в Словаре русского языка под ред. А. П. Евгеньевой (1986г.): анекдот – это « короткий устный рассказ с неожиданной остроумной концовкой»[3].

В Россию анекдот пришел из глубины европейской и даже византийской культуры и начал проявлять себя в начале XVIII в., но тогда этот термин имел совсем иное значение. По определению «Нового словотолкователя», «анекдот – это повесть о тайном случае, достопамятное, любопытное происшествие, кое не было ещё напечатано». Именно к этому периоду относятся пересказы на русском языке сюжетов, известных верхам русского общества в основном из французских и немецких сборников.

Но уже с середины XVIII века понятие анекдота приобрело иной смысл. Краткая литературная энциклопедия даёт следующее определение: «анекдот – это небольшой устный шуточный рассказ самого различного содержания с неожиданной и остроумной концовкой». В энциклопедии отмечается также, что в то время анекдот был значительно распространён в городском фольклоре. Таким образом, достаточно быстро анекдот,

европейский по своему происхождению, изысканный и шутливо-нравоучительный рассказ, на русской почве становится массовым, общенародным, по форме преимущественно устным, стереотипным и лаконичным. Серьезные изменения произошли и в тематике анекдотов: вначале анекдоты как порождение европейской и русской культурной элиты представляли собой короткие комические рассказы о незначительных, но любопытных происшествиях, о поучительных случаях из жизни исторических лиц и т.п.; такие рассказы имели, как правило, конкретных авторов. Позже источники анекдота изменились: мы наблюдаем его тесную связь с бытовой сказкой и ее типовыми композиционными моделями, характерными персонажами и сатирическими мотивами; с бывальщиной—устным рассказом о достоверных событиях из опыта говорящего; с байкой—не всегда правдоподобной, но забавной историей с определенным сюжетом; возможно, также с комической или сатирической частушкой [4]. Так постепенно из жанра, относящегося к авторскому литературному творчеству, анекдот становится ярким и очень популярным жанром городского фольклора, которому свойственны такие черты: во-первых, анонимность, потому что если иногда и становится известным имя создателя некоего анекдота, то это ничего не меняет в природе жанра, так как каждый человек может рассказывать этот анекдот по-своему; во-вторых, имеет устную форму и, наконец, в-третьих, является плодом творческого синтеза словесного и исполнительского искусства, так как рассказчик анекдота является не только соавтором его словесного текста, но и своего рода «самодельным актером» [2].

В анекдоте отражались многие события истории нашей страны. Он был не только реакцией народа на окружающую действительность, но и своеобразным оружием, особенно во времена жесткой политики тоталитаризма. В первой половине XX века этот жанр попал в число запрещённых, и человек, рассказавший анекдот, в котором высмеивалась политика и политики того времени, мог получить от 10 до 20 лет тюремного заключения. В то время наблюдался некоторый спад популярности анекдота и его существования среди населения.

Всплеск популярности анекдота как жанра совпал с периодом «застоя» 70-х – 90-х годов; именно тогда наибольшее развитие получил политический анекдот, героями которого были руководители компартии и правительства; в нем высмеивались негативные реалии жизни общества того времени.

После распада СССР и в период становления демократии актуальность политического анекдота несколько снизилась, однако получила свое дальнейшее развитие другая, самая разнообразная тематика: это и анекдоты с национальным подтекстом, анекдоты на различные социально-бытовые темы, персонажами которых иногда бывают животные и т.д. В целом анекдот и в наше время остается чрезвычайно актуальным, плодотворным и, как считает известный литературовед В.Д. Днепро, «единственно возможным в наше время видом фольклора».

Подведем итоги. Анекдот возник очень давно, складывался на протяжении многих десятков лет; его происхождение и развитие нельзя рассматривать отдельно от развития русской сказки, которая, в свою очередь, соединила в себе черты бытовой сказки и литературной новеллы; бывальщины, байки и частушки.

Далее. Короткий, обычно злободневный анекдот, направленный на то, чтобы рассмешить слушателя, преследует цель развлечения или критики, имеет неожиданную остроумную концовку, которая раскрывает его смысл; по праву современный анекдот может считаться самостоятельным жанром устного народного творчества.

И, наконец, анекдот не является застывшим жанром: он изменяется в зависимости от реалий окружающей действительности. Изменения общественно-политических и социальных условий жизни общества напрямую связаны с изменениями в тематике анекдота, частотности употребления и, следовательно, в его типологии.

Литература

1. Бахтин М.М. Проблемы речевых жанров. – М.: Искусство, 1979. – 197с.
2. Каган М.С. Анекдот как феномен культуры. //Анекдот как феномен культуры. /Материалы круглого стола 16 ноября 2002г. – С.-П.: С.-Петербургское философское общество, 2002. – с. 5-16.
3. Словарь русского языка /под ред. А.П. Евгеньевой [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rus-yaz.niv.ru>
4. Химик В.В. Анекдот как уникальное явление русской речевой культуры. //Анекдот как феномен культуры. /Материалы круглого стола 16 ноября 2002г. – С.-П.: С.-Петербургское философское общество, 2002. – с.17-31.

**АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ УЧИТЕЛЯ СЛОВЕСНОСТИ В
ТВОРЧЕСТВЕ А.П. ЧЕХОВА (НА МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗОВ
«УЧИТЕЛЬ», «УЧИТЕЛЬ СЛОВЕСНОСТИ», «ЧЕЛОВЕК В
ФУТЛЯРЕ»)**

*Польшина Алёна Дмитриевна,
студентка II курса филологического факультета;
Панчехина Мария Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Работа посвящена анализу речевого поведения учителя словесности в рассказах А.П. Чехова. Хотя традиционно языковая личность учителя русского языка интерпретируется как элитарная, коммуникативное поведение героев чеховских произведений амбивалентно: с одной стороны, их речь действительно является образцом и примером для подражания, с другой – она вступает в диссонанс с профессиональной деятельностью героев. Рассмотрим некоторые аспекты языковой личности педагога, актуальные для чеховского повествовательного дискурса.

1. Структура языковой личности героя художественного произведения

В широкий научный обиход понятие «языковая личность» (здесь и далее – ЯЛ) ввёл Ю.Н. Караулов [1]. Под ЯЛ он понимает совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности, в) определённой целевой направленностью.

Ю.Н. Караулов [1] предлагает трёхуровневое представление структуры языковой личности (дискурса): 1) вербально-семантический (лексикон); 2) когнитивный или тезаурусный (единицы данного уровня – понятия, идеи, концепты, складывающиеся в «картину мира», отражающую иерархию ценностей); 3) прагматический (цели, мотивы, интересы, установки).

2. Амбивалентность образа учителя-словесника в чеховском повествовательном дискурсе

На наш взгляд, особенности речевого поведения героев, которые в произведениях А.П. Чехова преподают русский язык и литературу, напрямую связаны со структурой их языковой личности.

Так, например, взаимодействие всех указанных выше трёх уровней формируют гармоничную личность. В рассказе «Учитель» инспектор следующим образом характеризует главного персонажа: «Вы педагог до

мозга костей, вы, должно быть, родились учителем. Все данные в вас: и врожденное призвание, и многолетний опыт, и любовь к делу...Просто удивительно, сколько у вас при слабости здоровья энергии, знания дела, выдержки, уверенности! Правду сказал кто-то в училищном совете, что вы поэт в своем деле...Именно поэт!». Очевидно, что под словом поэт подразумевается идеальное владение языком, его богатствами. Языковая личность учителя в этом чеховском тексте подразумевает эталонность, образцовость, что в конечном счёте даёт педагогу возможность формировать языковую среду образовательной организации в целом: «Чудо, что за дети! Много знают и бойко отвечают, и притом они у вас какие-то особенные, незапуганные, искренние».

Принципиально иначе охарактеризовано речевое поведение педагога в рассказе «Учитель словесности». Здесь на первое место выходит прагматический аспект – любовь героя, а после – и его недовольство жизнью: *«В низших классах он заставлял кого-нибудь из мальчиков диктовать и, пока дети писали, сидел на подоконнике с закрытыми глазами и мечтал; мечтал ли он о будущем, вспоминал ли о прошлом – всё у него выходило одинаково прекрасно, похоже на сказку. В старших классах читали вслух Гоголя или прозу Пушкина, и это нагоняло на него дремоту...»*

Примечательно, что в рассказе «Человек в футляре» действуют сразу два учителя. Один из них – идеальный, положительный герой, для которого профессия – дело всей жизни, второй описан как антиучитель.

Таким образом, у А.П. Чехова существуют две функциональные модели учителя. Беликова автор наделяет следующими характеристиками: «футлярность», ограниченность, замкнутость, обращение к былому и нежелание жить настоящим, шаблонность восприятия. Это отражается в речевом поведении героя: *«Он всегда хвалил прошлое и то, чего никогда не было; и древние языки, которые он преподавал, были для него, в сущности, те же калоши и зонтик, куда он прятался от действительности».* В тексте отмечены и результаты деятельности такого «профессионала»: *«Под влиянием таких людей, как Беликов, за последние десять – пятнадцать лет в нашем городе стали бояться всего. Боятся громко говорить, посылать письма, знакомиться, читать книги, бояться помогать бедным, учить грамоте...»*

Модель второго учителя Буркина – это образец учителя, идущего в ногу со временем, открытого и доброго, предстающего в тексте в качестве хорошего рассказчика. Повествование Буркина о человеке в футляре построено как завершённое художественное высказывание. Оно содержит зачин, основную часть и в финале своём не лишено морализаторства: *«А разве то, что мы живём в городе в духоте, в тесноте, пишем ненужные бумаги, играем в винт – разве это не футляр? А то, что мы проводим всю жизнь среди бездельников, сутяг, глупых, праздных женщин, говорим и слушаем разный вздор – разве это не футляр?»*

Как видим, основной характеристикой учителя словесности в творчестве А.П. Чехова является именно речевое поведение героя. Учитывая профессиональную деятельность педагога, его языковой портрет может быть обозначен скорее как гиперхарактеристика, дающая полное представление о его профессиональной компетенции, уровне культуры. В дальнейшем целесообразно создать типологию языковых личностей учителей словесности в чеховских произведениях.

Литература

1. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. / Ю.Н. Караулов. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.

УДК 81`42

ПОНЯТИЕ «КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ» В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

*Скилевая Александра Сергеевна,
студентка IV курса филологического факультета;
Панчехина Мария Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Работа посвящена анализу коммуникативной стратегии как особому типу коммуникативного поведения. При этом сама коммуникативная стратегия, являясь **объектом** исследования, понимается нами как средство выражения потребностей и мотивов конкретной языковой личности. **Предмет** исследования – собственно лингвистические средства воплощения коммуникативной стратегии. **Актуальность** работы состоит в том, что «коммуникативная стратегия» рассматривается как основополагающих компонент всех типов современного общения.

1. Коммуникативная стратегия как универсальная категория текста

В настоящее время возрастает интерес лингвистов к коммуникативным аспектам художественного текста, особенно к способам воздействия на адресата. Такое воздействие осуществляется благодаря реализации ряда коммуникативных стратегий текста, среди которых можно выделить следующие стратегии:

- самопрезентации,
- сближения,

- удержания внимания,
- создания эмоционального настроения,
- убеждения.

Большинство исследователей под *стратегией* понимают процесс построения коммуникации, направленный на достижение долговременных результатов. Стратегия включает в себя планирование взаимодействия в зависимости от конкретной ситуации и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. *Тактика* же – это совокупность приемов осуществления коммуникации и линия поведения на определенном ее этапе.

В художественном тексте можно выделить два слоя: собственно нарративный, в котором автор рассказывает о событиях, подлежащих художественному изображению, и коммуникативно-прагматический, в котором автор вступает в фиктивное общение с читателем с целью регулирования восприятия смысла текста. Таким образом, для произведений художественной литературы наиболее актуальной оказывается стратегия сближения: она реализует себя в той части произведения, которая подразумевает событие рассказывания. Именно стратегия сближения лежит в основе диалогических отношений, устанавливаемых внутри художественного текста в рамках моделей автор – герой, автор – читатель, читатель – герой.

2. Принципы формирования коммуникативной стратегии

Формирование понятия коммуникативной стратегии обусловлено целым рядом предпосылок: коммуникативных, лингвистических, когнитивных, социологических, психологических, экономических, политических, семиотических и других. Рассмотрим лишь некоторые из них, представляющиеся нам наиболее важными и значимыми в контексте лингвистического анализа художественного текста.

Риторическая и эстетическая предпосылки. Риторика является неотъемлемой частью гуманитарного воспитания каждого человека, поэтому существуют различные научные направления, которые по-разному подходят к пониманию ее предмета. Эффективность речевого общения связана с риторическими предпосылками, потому что для успешной коммуникации необходимо стратегически спланировать речь (коммуникацию) с учетом коммуникативной заинтересованности, настроенности на понимание мира собеседника, близости мировоззрения говорящего и слушающего.

Эстетические предпосылки выражаются в стратегиях, при реализации которых используется косвенность общения и элементы не прямой коммуникации.

Э. Аронсон и Э. Пратканис [1] выделили *экономические предпосылки* возникновения коммуникативных стратегий, которые были вызваны противоборством ведущих кампаний, коммерческих организаций, проблемами перепроизводства; возникает необходимость в появлении направления в маркетинге – рекламы; для завоевания потреби теля нужно

уметь грамотно раскручивать и навязывать продукцию. Коммивояжеры были первыми, кто умело использовали стратегии убеждения покупателя.

О *политической предпосылке* упомянул Дж. Миршаймер в своем труде «Почему лгут лидеры?» [2]. Помимо стратегии маркетинга и рекламы, стало необходимо «продавать» политические идеи, так возникли политические предпосылки для коммуникативных стратегий.

Таким образом, коммуникативная стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, а предпосылками изучения данного понятия являются следующие аспекты:

- коммуникативные (коммуникативное поведение вариативно – решение коммуникативной задачи допускает несколько ходов);
- когнитивные (в любом акте речевого общения коммуниканты преследуют неречевые цели: воздействие на восприятие и структурирование моделей мира участников ситуации общения);
- лингвистические (область речевого варьирования: лексического, грамматического и т.д.);
- социологические и психологические (область социальных конвенций и психологических особенностей личности);
- риторические (специальные тактические приемы); эстетические (удовольствие говорить косвенно, непрямо).

В дальнейшем целесообразно рассмотреть осуществление коммуникативных стратегий в различных типах дискурса: например, рекламном и художественном, что и представляет перспективы нашего исследования.

Литература

1. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.
2. Mearsheimer J.J. Why leaders lie. The truth about ling in international politics / J.J. Mearsheimer. – Oxford: University Press, 2011. – 186 p.

О ФОЛЬКЛОРНОЙ ОСНОВЕ ПОВЕСТИ Н.В.ГОГОЛЯ “СТРАШНАЯ МЕСТЬ”

*Руцкий Сергей Игоревич,
студент I курса электротехнического факультета;*

*Лазарева Людмила Константиновна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

Данная работа посвящена наиболее общему анализу повести Н.В.Гоголя «Страшная месь». Выбор такой темы обусловлен неослабевающим интересом как к личности писателя, так и к его произведениям: широко исследуются обстоятельства жизни Н.В.Гоголя и его смерти; не исчезают из репертуаров русского и мировых театров бессмертные гоголевские произведения; с энтузиазмом воспринимаются все новые и новые экранизации его повестей, пьес и поэмы. Все это и обуславливает **актуальность** данной статьи. **Целью** статьи было провести наиболее общий анализ и описание фольклорной основы одной из самых необычных, на наш взгляд, повестей «Страшная месь».

Повесть «Страшная месь», как известно, вошла в состав первого сборника Н.В.Гоголя «Вечера на хуторе близ Диканьки», вышедшего в 1831 г. Принято считать, что именно с выходом этого сборника начинается ранний романтический период в творчестве великого писателя.

Отметим, что и собственно романтическая тональность первых повестей Н.В.Гоголя, и широко используемая фольклорная традиция, да и обращение к украинской тематике были не случайны. Общая ситуация в мировом и отечественном процессе того периода характеризовалась своеобразным романтическим историзмом, использованием мотивов народной демонологии, интересом ко всему национальному. Все это обуславливалось распространением философских и литературных идей немецких романтиков, и в первую очередь Я.Гримма. В русской литературе и культуре в первой трети XIX века после окончания Отечественной войны 1812 г. растет интерес к истории русского народа, к русскому фольклору, к песенной традиции. Издаются и становятся популярными сборники народных песен, пословиц, поговорок. А украинская тематика вызывает в светском обществе Санкт-Петербурга интерес еще и в связи с визитом в Малороссию венценосной особы.

Все повести первого сборника в самой своей основе насыщены фольклорными, религиозными и мистическими элементами. Вообще все повести сборника представляются живым воплощением связи между сказкой и реальностью. Н.В.Гоголь в своих произведениях выступает в роли посредника, поскольку рассказчиком выступает, как известно, пасечник Рудый Панько. Следует отметить закономерность такого авторского приема, так как в то время еще не была утеряно ощущение связи с устно-народным творчеством, с традицией рассказывания о всяческих чудесах, русалках, колдунах и прочем. Своеобразной по сравнению с другими повестями цикла в этой связи выступает повесть «Страшная месть». Переданная от имени третьего лица, рассказчика Рудого Панько, эта история предстает объединением религиозных и фольклорных представлений о мироустройстве. Элементы этих представлений здесь настолько логично соприкасаются, что в результате перед читателем возникает уникальный мир, в котором живут и действуют удивительные герои.

Сюжет повести основан на пересказе истории о страшном родовом проклятии. Заметим, что мотив родового проклятия в принципе не оригинален и традиционен для фольклора. Но в повести Н.В. Гоголя этот мотив, интерпретированный в заголовке, приобретает дополнительные элементы.

В этом произведении автор представил две сюжетных линии: во-первых, история семьи сотника Данилы Бурульбаша; во-вторых, легенда о двух братьях Иване и Петре, поведенная стариком-бандуристом и расположенная в самом конце повести, хотя по смыслу должна предшествовать. Кроме того, вся история происходит на фоне описания событий освободительной борьбы запорожского казачества против Османской империи.

Исследователи творчества Н.В Гоголя отмечают, что выбор имен для братьев не случаен. Эти имена традиционны для религиозных текстов и для бытовой традиции. Такие имена носили и ученики Иисуса Христа. Это делает возможным предположение о намеренном использовании автором именно этой аллюзии при именовании своих героев. В Библии, хотя Пётр и был самым преданным из учеников, он отрёкся от Христа, предал его. В Библейских текстах Иисуса Христа нередко называют братом. Этим Гоголь как бы показывает, что когда Пётр скинул Ивана с обрыва, он тем самым стал богоотступником.

В повести «Страшная месть» есть все, что должно быть в настоящем сказании бандуриста. Прежде всего, набор персонажей: героический мужчина, его красавица жена, прелестный ребенок, злодей-колдун,

погибающий схимник; а также герои второй части – братья Иван и Петр. Во-вторых, фоном для разворачивающихся событий выступает не только героическое прошлое народа, но и неповторимые в своем лиризме пейзажные зарисовки: это и фантастическое пространство Карпат, и чудный при всякой погоде Днепр... Все это тоже характерно для фольклора. От традиционного народного произведения эта повесть отличается отсутствием положительного героя. Членов семьи Данилы Бурульбаша мы не успеваем полюбить, они слишком рано погибают. В образе Ивана добро соединено со злом, он не стал тем светлым персонажем, которым может показаться на первый взгляд. Будучи преданным родным братом, он становится на путь отмщения, выбрав самый страшный его вариант: накладывает ужасное родовое проклятие, тем самым обрекая последнего из рода брата на страшную смерть, за грехи его предка. Используя принцип «око за око, зуб за зуб», Иван тем самым противоречит собственно религиозному укладу, за что и получает наказание, превращаясь в грозного всадника на вороном коне. Конь в данном случае выступает символом потустороннего мира. Здесь возможна аллюзия на коней всадников Апокалипсиса, несущих гибель всему живому.

Одним из ярких моментов повести является восстание усопших из могил. Следует заметить, что этот мотив весьма характерен для мировых произведений: представления о полуживых мертвецах, которые могут жить и в мире живых, и в мире усопших.

Самым знаменательным, представляется тот момент на свадьбе, когда колдун испугался двух икон, принесенных для благословения молодоженов. Здесь показано христианское представление о чудодейственной силе образов и их способностях изгонять нечистую силу из места, где они находятся.

Эта повесть, как и другие произведения из сборника “Вечера на хуторе близ Диканьки”, появилась на пересечении двух разных литературных традиций - запада и востока. Исследователи усматривают в личном отношении Н.В.Гоголя ко всем событиям и героям - элементы романтизма. Но это романтизм трагический. Эта история двух братьев должна показывает, к чему могут привести такие человеческие грехи, как жадность, зависть, злость. Эта история поучительна еще и в том, что демонстрирует идею важности родства, идею понимания своих близких, умения принимать их любыми и уметь прощать им. Только в таком случае малая вина не приведет к большой беде. Эта история показывает, что месть никогда не ведёт к счастливому концу, она может привести лишь к ещё большей злобе и несчастьям.

Литература:

1. Воробьева И.С. Н.В.Гоголь. Методическое пособие для выпускников, абитуриентов, учителей литературы. – Н.Новгород, 2008.- 50 с.
2. Гоголь Н. В. Собрание сочинений в семи томах. Том первый. Под редакцией С. И. Машинского, Н. Л. Степанова, М. Б. Храпченко. Издательство : Художественная литература. Москва. 1966 год.

УДК 81`42

К ВОПРОСУ О РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ ПОЭТИЧЕСКОЙ МОЛИТВЫ В ЛИРИКЕ А.А. АХМАТОВОЙ

*Шабанова Ирина Андреевна,
студентка III курса филологического факультета;
Панчехина Мария Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Речевой жанр молитвы традиционно воспринимается как жанр конфессионального общения. Но лирическая мольба в зависимости от уникального авторского стиля, проявляющегося в поэтическом языке произведения, трансформирует канонический религиозный жанр.

Цель нашего исследования заключается в том, чтобы выделить основные компоненты речевого жанра лирической молитвы в стихотворениях А.А. Ахматовой.

В связи с поставленной целью нами обозначены следующие *задачи*: выявить фонетические, лексические, синтаксические особенности речевого жанра лирической мольбы в творчестве А.А. Ахматовой; обнаружить разновидности авторской молитвы в поэзии данного автора.

В творчестве А.А. Ахматовой прослеживается несколько жанровых форм, укорененных в ритуально-религиозной сфере, и потому обнаруживающих внутреннюю сопоставленность: молитва, заклинание, клятва, причем указанные речевые жанры зачастую выбираются автором в качестве заглавия стихотворений («Молитва», «Заклинание», «Клятва»).

Исследователь Т.В. Ицкович отмечает, что тексты религиозного дискурса «объединены прежде всего направлением коммуникации из мира профанного в мир сакральный и образуют разветвленную подсистему жанров, имеющих своим основанием протожанр молитвы» [1, с. 16]. Действительно, актуальность молитвенного обращения в лирике

А.А. Ахматовой прослеживаются в представленных разновидностях этого речевого жанра.

1. Речевой жанр поэтической молитвы-прошения

Просительное моление – это «крик» души, голос вопиющего в пустыне: *«Господи! Ты видишь, я устала / Воскресать, и умирать, и жить. / Все возьми, но этой розы алой / Дай мне свежесть снова ощутить»*. Лексема *дай* выступает в качестве призыва ко Всевышнему, эта направленность на просьбу-требование прослеживается и в стихотворении «Молитва». В нем первый же стих оказывается кульминацией: *«Дай мне горькие годы недуга»*, лирическая героиня просит о благополучии отчизны, при этом она готова принести в жертву собственное счастье: *«Отыми и ребенка, и друга»*.

Сама структура речевых высказываний такого типа напрямую апеллирует к канонической мольбе, принятой в религиозной сфере. Единственным формообразующим отличием оказывается отсутствие в цитируемых стихотворениях А.А. Ахматовой заключительного слова *аминь*.

2. Речевой жанр молитвы-покаяния

Эта разновидность молитвы предполагает признание лирической героини в собственных грехах и прегрешениях, стремление искупить их: *«Боже! Боже! Боже! / Как пред тобой я тяжко согрешила!»*; *«Нам покаянные рубахи. / Нам со свечой идти и выть»*; *«Прижимаю к сердцу крестик гладкий: / Боже, мир душе моей верни!»*

Примечательно, что мотив покаяния предполагает всего лишь возможность прощения, при этом для ахматовской лирики характерно отсутствие прямого ответа на вопрос: были ли отпущены грехи, была ли услышана молитва.

3. Речевой жанр молитвы-благодарения

Другое моление показано в стихотворении «Дал Ты мне молодость трудную»: *«Дал Ты мне молодость трудную. / Столько печали в пути. / Как же мне душу скудную / Богатой Тебе принести? / Долгую песню, льстивая, / О славе поет судьба. / Господи! Я нерадивая, / Твоя скупая раба»*.

Лирический герой чувствует обязательство пред Господом за собственную жизнь, выражается в косвенной форме благодарность за возможность жить на свете. Понимание абсолютно всех событий как идущих свыше, как выражающих Божию волю, – это модель признательности, характерная для ахматовской героини.

4. Речевой жанр молитвы-славословия

К данной разновидности относятся мольбы, содержащие междометийные восклицания: *«Встрепенулась и сложила руки, / Зашептав: "О Боже, где же ты?"»*, *«Я говорю: "О Боже, нет, нет, я совсем не верю, / Что будет такая встреча в эфире двух голосов"»*. Во втором примере стих начинается с личной формы глагола *говорить*, изначально не обладающим эмоциональной насыщенностью, но обретающим ее в контексте художественного высказывания.

Представленные нами разновидности речевого жанра *молитва*, актуального для ахматовского лирического дискурса, позволяют утверждать, что в творчестве А.А. Ахматовой молитвенное высказывание оказывается оригинальным авторским речевым жанром, имеющий уникальные лексико-грамматические средства реализации. На наш взгляд, этот жанр целесообразно определить как «*поэтическая молитва*».

Литература

1. Ицкович Т.В. Жанровая система религиозного стиля на коммуникативно-прагматическом и категориально-текстовом основаниях: автореферат дис. ... д-р. филол. наук: 10.02.01 / Ицкович Татьяна Викторовна. – Екатеринбург, 2016. – 42 с.

УДК 81`42

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (на материале романа В. Набокова «Отчаяние»)

*Шевкопляс Алина Мирославовна,
студентка II курса филологического факультета;
Панчехина Мария Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

Объектом нашего исследования является модель языковой игры в романе В. Набокова «Отчаяние». *Предмет* исследования – функции и средства реализации игрового начала в набоковском повествовательном дискурсе. *Актуальность* работы состоит в том, что языковая игра интерпретируется как специальный приём, который включается В. Набоковым в текст для достижения художественных задач. Разработка указанной проблематики строится на предположении, что в романе В. Набокова «Отчаяние» языковая игра проявляется на следующих уровнях организации произведения: лексическом, морфологическом, синтаксическом.

1. Лексический уровень

Приём языковой игры, подразумевающий намеренное отклонение от языковой нормы, вводится В. Набоковым в текст в связи со значением слова *зеркало*. Частотность использования лексемы в романе составляет порядка 30 вхождений, при этом используются креативные вариации слова. Так, например, герой В. Набокова Герман читает слово наоборот, то есть в

буквальном смысле зеркально: *«Сморкаясь, я присел на край постели, продолжая смотреться в олакрез»*. Приём анаграммы неоднократно используется в тексте: *«Вот я напишу опять это слово. Олакрез. Зеркало. И ничего не случилось. Зеркало, зеркало, зеркало. Сколько угодно, – не боюсь. Зеркало. Смотреться в зеркало»*.

Отражающая поверхность становится символом, благодаря которому, как следует из повествования, достигается предельное сходство набоковских героев, Германа и Феликса: *«Было у меня зеркальце в кармане. Я его дал ему. Ещё только беря его, он всей пятернёй мазнул себя по лицу, взглянул на ладонь, но ни крови, ни грязи не было. Посмотрелся в блестящее стекло. Пожал плечами и отдал. < >Я привлёк его голову к моей, висок к виску, в зеркальце запрыгали и поплыли наши глаза»*.

Стремление отождествить героев прослеживается в связи с ещё одним приёмом на лексическом уровне организации текста – это трансформация известного фразеологического высказывания. *«Или в самом деле есть уже преступление в том, чтобы как две капли крови походить друг на друга?»* (Ср. с устойчивым выражением *«быть похожими как две капли воды»*). Исследователь Е.В. Егорова отмечает, что в «Отчаянии» есть и другие примеры видоизменения фразеологических высказываний. Например, в тексте используется сочетание *«шёл во весь парус»* вместо *«мчаться на всех парусах»*. Этот приём позволяет утверждать, что В. Набоков действительно «травестирует устойчивое сочетание» [1, с. 17].

2. Морфологический уровень

При создании речевого портрета Лиды, жены Германа, повествователем подчёркивается семантика уменьшительно-ласкательных суффиксов, что характеризует детскость набоковской героини: *«Мы выяснили как-то, что слово «мистик» она принимала всегда за уменьшительное, допуская таким образом существование каких-то настоящих больших «мистов», в чёрных тогах, что ли, со звёздными лицами»*.

Лида и сама любит такие формы слов, как мы можем понять по этой цитате. Она находит их даже там, где суффиксы не имеют к уменьшительно-ласкательной форме никакого отношения: *«Горлышко болит», «Ардалиончик, не валяй дурака», «кантик», «бантик», «платочек», «чулочек», «вазочке», «кусочки», «зонтик», «хвостик»*.

3. Синтаксический уровень

Структура повествования, подразумевающая длящийся процесс рассказывания, сам способ сочетания слов внутри предложений в тексте В. Набокова постоянно усложняются в связи ситуацией автокоммуникации. Рассказчик обращается как бы к самому себе, в связи с чем привычный строй предложений нарушается включением высказываний подобного типа: *«Утром девятого мая я, из гостиницы, в таксомоторе отправился... – Всё это скучно докладывать, убийственно скучно, – мне хочется поскорее добраться до главного, – но ведь полагается же кое-что предварительно*

объяснить»; «Если бы я не был совершенно уверен в своей писательской силе, в чудной своей способности выражать с предельным изяществом и живостью... – Так, примерно, я полагал начать свою повесть...»

Примечательно, что ситуация оформления собственной речи описывается повествователем как трудоёмкий, длящийся во времени процесс, требующий обязательного осмысления. Рассказчик сравнивает себя с пожилым человеком, которым стремится успеть на уходящий автобус: *«Неужто не смею вскочить? Он воеет, он ускоряет ход, он сейчас уйдёт за угол, непоправимо, – могучий автобус моего рассказа. Образ довольно громоздкий. Я всё ещё бегу».*

Автокоммуникативные высказывания такого типа, характерные для набоковского повествования, по сути представляют собой отдельный микротекст, оформленный как авторефлексия рассказчика. Он будто бы сам себе задаёт вопросы, размышляет и в конце концов отвечает на них, возвращая читателя к оговоренной ситуации: *«Ещё отмечу, что мне теперь как-то легче пишется, рассказ мой тронулся: я уже попал на тот автобус, о котором упоминалось в начале, и еду не стоя, а сидя, со всеми удобствами, у окна».*

Таким образом, в романе В. Набокова «Отчаяние» языковая игра и приёмы, связанные с ней, имеют смыслообразующую и текстопорождающую функцию. В дальнейшем целесообразно рассмотреть место каламбуров и шарад в исследуемом тексте с учётом мультязычия автора.

Литература

1. Егорова Е.В. Игра слов в романе В.В. Набокова «Отчаяние» / Е.В. Егорова // Русская речь. – 2012. – № 2. – С. 14–20.

**Сборник содержит 57 научных работ участников I Республиканской
студенческой научно-практической конференции «Актуальные
проблемы речевой культуры будущего специалиста»
(22 мая 2019 года)**

Ответственные за издание: Т. А. Мачай, Л. К. Лазарева, Е. В. Юрьева

e-mail: ruskonfdonntu@mail.ru, ruskafdonntu@mail.ru

Компьютерная вёрстка: Е. В. Юрьева

Электронный ресурс. – Режим доступа : krya.ggf.donntu.org