

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Пензенский государственный технологический университет

Институт гуманитарного образования и тестирования

**РОССИЯ В МИРЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ГУМАНИТАРНОЙ И
СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**Материалы XVII Международной научно-практической конференции
(Москва – Пенза, 22–23 апреля 2024 г.)**

**Москва – Пенза
2024**

УДК 81.39:81.271
ББК 81.2:71.0
Р17

Ответственные редакторы:

Жаткин Д.Н., доктор филологических наук, профессор, академик
Международной академии наук педагогического образования, почетный
работник высшего профессионального образования РФ, почетный работник
науки и техники РФ, заслуженный работник культуры Пензенской области,
заведующий кафедрой перевода и переводоведения Пензенского
государственного технологического университета;
Круглова Т.С., доктор филологических наук, директор Института
гуманитарного образования и тестирования.

Редакционная коллегия:

Л.Ф. Адлейба, Л.Г. Кихней, Е.Г. Кузовникова, Н.С. Футляев.

Статьи даны в авторской редакции
Ответственность за содержание статей несут авторы статей

Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере [Текст]: материалы XVII Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 22–23 апреля 2024 г.) / отв. ред. Д.Н. Жаткин, Т.С. Круглова. – Москва – Пенза, 2024. – 225 с.

Статьи, опубликованные в сборнике, отражают результаты теоретических и экспериментальных научных исследований в области русской и зарубежной филологии, межкультурной коммуникации, методики преподавания русского языка как иностранного, проводимых учёными, преподавателями, аспирантами и студентами российских и зарубежных вузов. Публикуемые материалы предназначены для научно-педагогических работников, педагогов-практиков, административных работников образования, аспирантов, студентов.

УДК 81.39:81.271
ББК 81.2:71.0

© Пензенский государственный
технологический университет, 2024
© Институт гуманитарного образования
и тестирования, 2024

ISBN 978-5-98903-378-2

СОДЕРЖАНИЕ

Русская литература в контексте мировой культуры. Актуальные проблемы культурологии

М.А. Дубова

«МОСКОВСКИЙ ЧУДАК» А. БЕЛОГО: ТЕКСТ И КУЛЬТУРА..... 7

И.А. Зыбина

ПЕРЕВЕЛИСЬ ЛИ НА РУСИ СТАНИСЛАВСКИЕ? РУССКАЯ ШКОЛА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ФЕХТОВАНИЯ: ИЗ ВЕКА В ВЕК..... 15

А.О. Карташева

ЖАНРОВЫЕ НОВАЦИИ РАННЕГО ВАЛЕРИЯ БРЮСОВА (НА МАТЕРИАЛЕ КНИГИ СТИХОВ «JUVENILIA»)26

Ф.Е. Платонов

АНТИУТОПИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ РУССКИХ ПРОЗАИКОВ 20-Х ГОДОВ: НА ПОДСТУПАХ К ТЕМЕ 36

А.Г. Сильчева

АРХЕТИП СИМВОЛИЧЕСКОЙ МАТЕРИ В СТРУКТУРЕ ПЕРСОНАЖНОЙ ПАРАДИГМЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО МИРА В. ПЕЛЕВИНА 41

Технологии и практики обучения в российских вузах. Межвузовское сотрудничество в мировом образовательном пространстве. Русский язык как иностранный.

А.Г. Афанасьева

ОТРАЖЕНИЕ СЕТЕВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА УНИВЕРСИТЕТОВ В ИМИДЖЕ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ 48

Бин Сюэ

О ДИСКУРСИВНЫХ ФОРМУЛАХ СОГЛАСИЯ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ РЕЧИ.....53

Даолисэнь

О СРЕДСТВАХ ТЕАТРАЛИЗАЦИИ НА УРОКАХ РКИ.....60

Е. А. Трушина

К ВОПРОСУ ОБ ИЗУЧЕНИИ ПАРОНИМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ НА ОСНОВНЫХ КУРСАХ ВОЕННОГО ВУЗА 71

Е.В. Шерчалова, М.О. Назарова

ЖАН КОКТО И MIDJOURNEY: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТИ КАК
ИНСТРУМЕНТА ГЕЙМИФИКАЦИИ НА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЯХ В
ГУМАНИТАРНЫХ ВУЗАХ..... 79

Проблемы перевода и переводоведения

И.А. Дини, А.Ю. Фролова

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА
ПЕРЕВОДА КИНОТЕКСТОВ 89

А.А. Дубенко

СПОСОБЫ ТРАНСЛИТЕРАЦИИ ТЕРМИНОВ МЕЖДУНАРОДНЫХ
МОРСКИХ ПЕРЕВОЗОК С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ..... 94

В.А. Кадырова, М.С. Пестова

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ОШИБОК ПРИ ПЕРЕВОДЕ
АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕАЛИЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК 100

В. Н. Кортава, А. Г. Лагвилава

СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА С РУССКОГО
НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В РАССКАЗЕ Ф. А. ИСКАНДЕРА «ВРЕМЯ
СЧАСТЛИВЫХ НАХОДОК»..... 105

К.В. Савельева

ПОСТПЕРЕВОДЧЕСКОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ ТЕКСТОВ
ОФИЦИАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ В СФЕРЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ 114

Е.А. Смага

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ
ТЕКСТЕ 122

*Теория языка. Сравнительно-историческое, типологическое и
сопоставительное языкознание*

В.Р. Олейник

СОВРЕМЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОРРЕКТНОСТИ И
ИСТОЧНИКИ ЕЁ ФОРМИРОВАНИЯ..... 128

К.А. Семенова

ТОПОНИМЫ В СОВРЕМЕННОМ ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ 133

К.В. Томашевич
ПОНЯТИЕ КОНЦЕПТА В ЛИНГВОКУЛЬТОРОЛОГИИ141

Ю.В. Шуйская
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ДИЗАЙН» В РУССКОМ И
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ 149

***Средства массовой информации и современное общество.
Социальные сети, реклама и PR***

С.С. Бевзенко
СОЗДАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ОБРАЗА РОССИИ В МИРЕ: ВОЗМОЖНОСТИ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МЕДИАСРЕДЕ 155

Л.И. Начарова
О ВАЖНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ ПРИ РАЗРАБОТКЕ
КАМПАНИИ ПРОДВИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В
ПАРАДИГМЕ СОВРЕМЕННЫХ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ
ОТНОШЕНИЙ..... 164

Р.И. Халиков
МИФОЛОГИЧЕСКИЕ ПАТТЕРНЫ В СОВРЕМЕННОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОЦЕССЕ..... 174

О.Д. Цветкова
ИМПЛИЦИТНЫЕ ПАТТЕРНЫ ГЕНДЕРОЛОГИИ В ВИЗУАЛИЗАЦИИ В
ПЕЧАТНЫХ СМИ 190

Е.В. Шерчалова, Ю.А. Лосева
СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ «ВКОНТАКТЕ» КАК ИНСТРУМЕНТ PR-КАМПАНИИ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ТЕЛЕКАНАЛА «СТС»..... 196

***Экспертно-аналитическое сопровождение государственных, федеральных
и ведомственных программ***

Д.Н. Жаткин, Т.С. Круглова, Е.Г. Кузовникова, А.А. Рябова, С.Н. Морозова
ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ РЕАЛИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ
РУССКОГО ЯЗЫКА И РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ В
РАМКАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ «РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАНИЯ»..... 205

Д.Н. Жаткин, А.А. Тимакова, Е.В. Комольцева, О.С. Милотаева, Т.А. Яшина
ИЗМЕНЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К ЮРИДИЧЕСКИМ ЛИЦАМ,
ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМ ПРОДВИЖЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА И
РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ
КОМПЛЕКСА ПРОЦЕССНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ «НАУЧНО-
МЕТОДИЧЕСКОЕ, МЕТОДИЧЕСКОЕ И КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ И ЯЗЫКАМ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ» ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ «РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАНИЯ», В СВЯЗИ С ПРИНЯТИЕМ
ПОСТАНОВЛЕНИЙ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ №
1780 ОТ 25.10.2023 Г. И № 1781 ОТ 25.10.2023 Г..... 212

Д.Н. Павлов
РЕЦЕПЦИЯ МОТИВИРУЮЩЕГО КОНТЕНТА АУДИТОРИЕЙ
(НА ПРИМЕРЕ ПЛАТФОРМЫ YOU-TUBE)..... 219

*Русская литература в контексте мировой культуры. Актуальные проблемы
культурологии*

УДК 82.0

ББК 83.3(2=Рус)7-8

«МОСКОВСКИЙ ЧУДАК» А. БЕЛОГО: ТЕКСТ И КУЛЬТУРА

*М.А. Дубова, Государственный социально-гуманитарный университет,
г. Коломна, Россия*

“THE MOSCOW ECCENTRIC” BY A. BELY: TEXT AND CULTURE

M.A. Dubova, State Social and Humanitarian University, Kolomna, Russia

Аннотация. В статье осуществляется рецепция первой части трилогии А. Белого «Москва» с учетом экстралингвистических параметров анализа текста. В центре внимания автора находится исследование обусловленности содержания романа современной А. Белому действительностью и отражение этой действительности в художественном тексте, преломленной сквозь призму авторского мировосприятия и культурно-национальных традиций.

Ключевые слова: текст, культура, экстралингвистические параметры, А. Белый, «Московский чудаки».

Abstract. The article provides a reception of the first part of A. Bely’s trilogy “Moscow”, taking into account the extralinguistic parameters of text analysis. The author’s focus is on the study of how the content of the novel is determined by contemporary A. Bely reality and the reflection of this reality in the literary text, refracted through the prism of the author’s worldview and cultural and national traditions.

Key words: text, culture, extralinguistic parameters, A. Bely, “Moscow eccentric.”

E-mail: dubovama@rambler.ru

Любой художественный текст «нерасторжимыми узами связан с личностью его создателя, со временем и местом написания, с конкретной ситуацией, вызвавшей то или иное литературно-художественное произведение» [2, с. 30-31]. Не вызывает сомнений тот факт, что, как отметил А. Тарковский, «Знает это художник или не знает, хочет он этого или нет, но если он художник подлинный, ... эпоха наложит свою печать на его книги .., и он не отпустит гулять

эпоху» [8, с. 87]. Действительность входит в художественное произведение, которое, в свою очередь, вписано в неё, тогда как эпоха объективирована в тексте системой языковых средств. Такая взаимообусловленность и позволяет нам говорить о художественном произведении как тексте культуры. Именно экстралингвистический анализ позволяет понять, как содержание литературного текста обусловлено действительностью, в которой он создавался, а сама действительность нашла отражение в нем.

Роман писателя-символиста А. Белого «Московский чудак» (1926 г.) является первой частью задуманного писателем широкого эпического полотна о судьбе России – «„Субъективная эпопея“ в виде нескольких романов, объединенных общим замыслом и общим заглавием „Москва“» [5, с. 119]. Это произведение написано человеком, который прошел большую и суровую жизненную школу, стал свидетелем ключевых событий русской истории и за плечами которого многолетние опыты стилового экспериментаторства. Последний роман писателя «Москва» показывает нам совершенно другого А. Белого, воссоздающего картины быта предреволюционной столицы, предпринявшего попытку предложить довольно неожиданное истолкование современной ему российской действительности и происходящих в ней процессов [1, с. 3]. Не вызывает сомнений тот факт, что этот роман следует рассматривать в одном ряду с «Серебряным голубем» и «Петербургом» в русле реализации единого авторского замысла – осмыслить судьбу России, вступившей в роковое «рубежное» время. Как отмечал сам писатель, акцентируя «социальный» контекст романа: «В первом томе рисуется тяжесть довоенной жизни в России; во втором показана Москва на фоне фронта; в третьем я хочу показать октябрьский переворот в эпоху военного коммунизма; в четвертом – новый реконструктивный период» [4, с. 317].

В центре нашего внимания – первая часть романа, сюжет которого воссоздает широкую панораму московской жизни начала XX века. Уже семантика заглавия ориентирует нас на центральный пространственный топос

произведения, которым является Москва. Действительно, город – не только место действия романа, связанное с жизнью персонажей, но и один из главных героев повествования.

Своеобразными центрами, относительно которых целесообразно рассматривать присутствие деталей эпохи в романе, являются персонажи: ученый с мировым именем Иван Иванович Коробкин, вписанный в быт и образ жизни профессорской Москвы (созданные писателем применительно к этому герою картины жизни проецируются на детские и юношеские годы автора, логически продолжая галерею зарисовок в автобиографических романах «Котик Летаев» и «Крещеный китаец»), однако теперь, переосмысливая прошлое, А. Белый изображает быт и нравы профессорской Москвы, из которой он вышел сам, сатирически), академик Задопатов, органично вписанный в культурную жизнь русской столицы начала XX века, социалист Цецерко-Пукиерко, связанный с разночинным движением, представляющим собой один из видов нежнятыцы, с которой профессор Коробкин ведет нещадный бой и т.д. Все они оказываются втянуты в сети разгулявшейся по России провокации, составляющей доминанту сюжетного действия.

Конкретно-исторический план повествования, преобладающий в романе над всеми остальными, представлен разнообразными описаниями Москвы, пространство которой объективируется «преимущественно с помощью лексем, номинирующих конкретные топосы» [7, с. 180]. При этом А. Белый, создавая облик современного ему родного города, в первую очередь, акцентирует внимание не на архитектуре, не на историческом экскурсе (также присутствующих в повествовании), а на запустении и рутине, поглотивших город.

Во-первых, мы видим Москву Табачихинского переуллка, откуда ведет борьбу с «нежнятыцей жизни» [3, с. 11] главный герой романа профессор Коробкин: «... улица складывалась столкновеньем домов, флигелей, мезонинов, заборов ..., раскатайною растараторой пролетов, телег, фур» [3, с. 13]. С этих

описаний захоластного, непримечательного на вид пространства и пейзажа и начинается роман, ему же посвящена его первая глава. Автор визуализирует пространство переулков: Табачихинского, Леонтьевского, семи Гнилозубовых. Здесь все обшарпано, облуплена краска с низеньких домов, бедная растительность не радует глаз, пространство «перекосячивается и смещается», отсутствует какая-либо пространственная перспектива. Созданный в этой главе образ Москвы напоминает заштатный, захоластный город, доживающий свои последние дни. Это пространство закреплено за профессором Коробкиным, образ которого продолжает галерею таких персонажей, как профессор Летаев («Котик Летаев»), сенатор Аблеухов («Петербург»). В них во всех отчетливо проступают черты прототипа, которым является отец писателя – профессор Н.В. Бугаев.

Со второй главы вместе с рассказом об Эдуарде Эдуардовиче фон-Мандро в текст входит пространство «парадной» Москвы с высокими зданиями и яркими вывесками магазинов, торговых компаний, детализируемое номинациями улиц и площадей: Малая Лубянка, Моховая, Мясницкая, Кузнецкий, Петровка, Пречистинка, Арбатская площадь, Сретенка, Петровский бульвар, Никитский бульвар, Тверской бульвар и др., где «человечник мельтешил, чихал, голосил, фыркал, шаркал, слагаясь из робких фигурок» [3, с. 13]. Эти локусы, с одной стороны, создают реальное пространство города, обозначая маршруты движения героев романа, а с другой – продолжают объективировать принцип смещения и наложения пространств друг на друга, заданный в первой главе повествования. Реальность в романе «напирает, лезет, топырится, тяпляет, прет» [3, с. 38], и Москва предстает кучей, «невнятицей перессорившихся пространств» [3, с. 38]. Изображение бесчисленного множества повторяющихся переулков, двориков, улиц, где автором нарочито выпячивается грязь и запустение, проецируется и на описание профессорской квартиры, а также квартир обывателей, которые стоят в одном ряду по «отсутствующей в них перспективе», кружащемуся «мухачу» и неприятным запахам, где все нагромождено и перепутано. Причем одорическая

лексика несет важную семантическую нагрузку в тексте (запахи квартиры профессора Коробкина (еда, песик Томочка), квартиры Мандро (разложившаяся мышь), квартиры, где встречается Василиса Сергеевна с Задопятовым) – яркая черта разложения в романе как материального, физического пространства, так и духовного (передаваемая метафорически). В этом контексте особую семантическую значимость приобретает пророческий рефрен: «дом – каменный ком; дом за домом – ком комом; фасад за фасадом – ад адом, а двери – как трещины: выйдут из трещин уроды. Как страшно!» [3, с. 221]. Так реальность органично соединяется с онтологическим планом повествования. Изображенная писателем в романе Москва 90-ых – 1900-ых гг. «повисла над Тартаром» [3, с. 221].

Отметим, что пространственные локусы, воссоздающие образ Москвы, репрезентируются в романе с разной степенью детализации. Так, например, описания некоторых учреждений даются крупным планом, как рассказ о «Гимназии Льва Веденяпина». Писатель рисует её интерьер, рассказывает об организации учебного процесса, царящей в учебном заведении атмосфере почтительного и беспрекословного уважения к её директору Льву Петровичу.

В тексте много упоминаний о домах с историей: «Задопятов – москвич – знал дома: вот он – памятный, бывший Талызина дом; после – бывший графини Толстой; наконец – Шереметева; Гоголь в нем мучился: литературные воспоминания встали перед взором» [3, с. 153]. Применительно к их описанию вводятся в текст упоминания об известных общественных деятелях, издателях и писателях: А.И. Герцене, П.Я. Чаадаеве, Д.В. Григоровиче, М.Н. Каткове – журналисте, издателе «Московских новостей», М.В. Сабашникове – крупном московском издателе и др.: «... едва прояснились дома Поляковых и дом Голохвастова; Герцен в нем жил; вероятно, гулял на бульваре; гулял – Чаадаев, наверное...» [3, с. 155].

Это обилие имен собственных на страницах романа отсылает нас к биографии самого писателя, родившегося в Москве и почти 20 лет прожившего в квартире на Арбате, где сейчас функционирует его музей.

Многослойность московской жизни передается описаниями разных социальных групп: это и профессорско-интеллигентская Москва, и буржуазно-коммерческая, и разночинная: «Ясный Кузнецкий! Стекалась волна котелков, шляпок, шапок, мехов, манто, кофточек...; роились, толкались и медленно останавливались» [3, с. 91]; «... и кучка росла; подходили: Муяшев, Сиказин, Упакин, Ельчин, Духовентов... разбарабошилась улица: в крик, в раздергай!.. И – пошло, и – пошло: говорили с подшептами» [3, с. 185]; «Помножались какие-то темные слухи» [3, с. 211].

Экстралингвистическое прочтение текста позволяет создать достаточно полное представление о культурной жизни России рубежа XIX – XX вв. Этот ракурс повествования вводится в текст преимущественно в связи с образом Задопятова. В тесной связи с ним (описанием его мировоззрения, образа жизни, мыслительного дискурса, реализуемого «набором лексически неоднородных средств» [6, с. 446]) в повествование вводятся названия журналов («... с Василисой Сергеевной спорил, доказывая, что «Русская мысль» никуда не годится, и «Вестник Европы»...» [3, с. 37]), городов, где он выступал («Задопятов, теперь превратившийся в светоча русской общественной мысли..., известный брошюрой «Апостол любви и гуманности», читанной им в Петербурге, в Москве, в Нижнем Новгороде, в Казани, в Самаре, в Саратове, в Екатеринодаре» [3, с. 29]). В связи с осмыслением им своего места в русской литературе и шире – культуре вводятся в текст имена известных русских общественных деятелей, критиков, журналистов, писателей, историков («...в «Гражданине» пустил фельетон князь Мещерский; Катков – промолчал; а старик Григорович с Украины приветствовал» [3, с. 153]; «... тома его – просто гостиница; ряд коридоров с дверями, ведущими в комнаты; эта – Кареева; эта – Грановского; Джаншиев, Гольцев, Якушкин, Мачтет, Алексей Веселовский еще

имели свои комнаты; он же имел – только собственный сор; поживет и уйдет, насорив» [3, с. 147].); зарубежные ученые и профессора («... писали о нем в иностранных журналах: Леже, де-Вогюэ и Буайе» [3, с. 149]); композиторы («Из пресерой гнилятины веснами окна бросали мелодии Регера, Брамса и Брукнера..., старательный хор выводил «Свете тихий» Бортнянского» [3, с. 152]), что создает широкую панорамность и «многоголосие» культурной атмосферы эпохи, которую писатель хорошо знал и органичной частью которой сам являлся: салоны, вечера, издатели, журналисты, писатели, темы бесед, которые велись со знанием и вкусом. Поэтому вполне объяснимы отсылки и к самому А. Белому (в частности, к раннему периоду его творчества – «Арго», «Золотое Руно», образ великана из Симфонии, или же упоминание сложных отношений «дружбы – вражды» с В. Брюсовым, которые на страницах романа не находят развития, но тем не менее имя самого В. Брюсова неоднократно встречается в тексте, и т.д.). Одно описание вечера «Свободной Эстетики» (гл. 2, гл. 7), посещенного Задопятовым и воссозданного в тексте сквозь призму его впечатлений, пестрит обилием культурных деталей, введенных в текст как прямым упоминанием, так и опосредованно, ассоциативно, передачей слухов и чаяний. Этот аспект анализа позволяет проследить «погруженность» текста романа в культуру.

Разобщенность взглядов, противоречивость духовной и социальной жизни страны в порубежное время объективируется в тексте в виде недосказанных реплик, ползущих слухов и предположений. Этот план повествования связан с деятельностью Киерко. В подтверждение сказанного обратим внимание на эпизод, посвященный описанию кружков, собирающихся у мадам Эвикхайтен: «Мадам Эвикхайтен ... с интересами к демономании и парадоксы судьбы – к социальным вопросам: давала свое помещение для двух разнородных кружков; в одном – действовал Пхач, демонист, розенкрейцер, католик, масон... Этот кружок собирался по вторникам. По четвергам собирался кружок социальный; его собирал Клевезаль; в него хаживал Киерко, не соглашаться, а – слушать» [3, с. 197]. В этом же контексте передается в романе многообразие и

противоречивость философских концепций: ... жизнь её «здесь» – буржуазная; в «там» – жизнь грядущего строя; то – «царство свободы» [3, с. 203].

Таким образом, в статье мы наметили основные способы лексической объективации эпохи в романе А. Белого «Московский чудак», предприняв попытку рецепции произведения сквозь призму его вписанности в культуру. Писатель создает её в романе, акцентируя внимание на наиболее значимых в силу его мировосприятия сторонах жизни (бытовой, культурной, исторической), художественные принципы изображения которой, в свою очередь, нам, читателям, помогают воссоздать образ самого автора. Экстралингвистический анализ позволяет осуществить рецепцию произведения, в котором проступает и отражается и писатель, и эпоха, при этом приобретая вневременное, онтологическое прочтение.

Список литературы

1. Анненский Л. На кровях. А. Белый: путешествие из Петербурга в Москву полтора века спустя после Радищева и полтора десятилетия спустя после Ленина // *Вопросы литературы*. – 1990. – № 11 – 12.

2. Бабенко Л.Г., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: учебник; Практикум. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 495 с.

3. Белый А. Московский чудак // *Белый А. Москва: романы*. – М.: Вече, 2020. – 448 с. – С. 5 – 222.

4. Белый А. О себе как о писателе // *Бугаева К.Н. Воспоминания об А. Белом*. – Berkeley, 1981. – 392 p.

5. Дубова М.А. Андрей Белый и культура серебряного века: монография. – Коломна: КГПИ, 2005. – 168 с.

6. Дубова М.А. Концепт «мыслительная деятельность» как компонент языковой личности героя в романе И.А. Бунина «Жизнь Арсеньева» // *Неофилология*. 2021. – Т.7, № 27. – С. 444 – 452.

7. Дубова М.А., Тамазян В.А. Концепт «пространство» как компонент характеристики языковой личности А.И. Боброва (на материале повести А.И. Куприна «Молох») // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2021. – № 6 (159). – С. 179 – 184.

8. Тарковский А. Белый день. – М., 1997. – 382 с.

УДК 7.07

ББК 85.3

**ПЕРЕВЕЛИСЬ ЛИ НА РУСИ СТАНИСЛАВСКИЕ?
РУССКАЯ ШКОЛА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ФЕХТОВАНИЯ:
ИЗ ВЕКА В ВЕК**

*И.А. Зыбина, Херсонский государственный педагогический университет,
г. Ялта, Россия*

**HAVE STANISLAVSKYS DISAPPIARED YET? RUSSIAN SCHOOL
OF ARTISTIC FENCING RUSSIAN SCHOOL OF ARTISTIC FENCING:
FROM CENTURY TO CENTURY**

I.A. Zybina, Kherson State Pedagogical University, Yalta, Russia

Аннотация. Русская театральная школа признана одной из лучших – если не самой лучшей – в мире. В статье описывается развивающееся направление современного фехтования – Художественное фехтование. Художественное фехтование представляет собой симбиоз сценического фехтования (одной из старейших дисциплин русской театральной школы) и спортивного фехтования.

Ключевые слова: художественное фехтование, сценическое фехтование, фехтовальная импровизация.

Abstract. The Russian Theater School is one of the best, if not the best, in the world. The article describes the developing direction of modern fencing – Artistic fencing. Artistic fencing is a symbiosis of stage fencing (one of the oldest disciplines of the Russian theater school) and sports fencing.

Key words: artistic fencing, stage fencing, fencing improvisation.

E-mail: zybinaira@mail.ru

Помните этот сакраментальный диалог между молодыми людьми 60-х из всеми любимого советского фильма «Москва слезам не верит»:

«— Со временем телевидение перевернёт жизнь всего человечества — ничего не будет: ни кино, ни театра, ни книг, ни газет — одно сплошное телевидение.

— Ну, это Вы что-то разгорячились. Театр, тут я согласен, — действительно скоро отомрёт ... ».

К счастью, русский театр жив. И не просто жив. Являясь нашим национальным достоянием, он продолжает развиваться в лучших культурных традициях своих великих предшественников, удивляя и завораживая весь мир, находя всё новые формы и средства художественного выражения, ежегодно привлекая в театральные вузы страны (несмотря на глобальную компьютеризацию и цифровизацию нашего общества) огромное количество молодых людей, для которых театр становится любимым делом всей жизни.

Имена наших великих соотечественников: К.С. Станиславского, В.И. Немировича-Данченко, М.А. Чехова, В.Э. Мейерхольда, Е.Б. Вахтангова, М.О. Кнебель — являются культовыми для всего мирового театрального и кинематографического сообщества. Созданные этими великими педагогами системы обучения и воспитания актёров, их взгляды на театр и сущность актёрской профессии — это уже не только наши национальные культурные ценности. Это достояние мирового искусства, часть мирового культурного наследия, на котором вырастают целые поколения и формируется «их индивидуальная картина мира, репрезентирующая систему их взглядов на мир» [2, с. 25].

В основе всех этих знаменитых систем обучения — всегда был творческий эксперимент, творческая лаборатория, поиск новых более совершенных и прогрессивных форм театрального искусства, которые сегодня напрямую диктуются требованиями стремительно меняющейся «эпохи цифровизации и

глобализации, наполняющей новым содержанием» [1, с. 72] и уже известные формы работы, а также творческий азарт и творческое бесстрашие, профессионализм и опыт практиков, их безграничная любовь к своей профессии, преданность своей Идее и вера в своё Дело.

Есть ли среди сегодняшних театральных деятелей личности, обладающие подобного рода качествами, занимающиеся творческим экспериментом, разрабатывающие и использующие на практике новые театральные формы, новые системы обучения актёров?

Есть ли вообще сегодня в русской театральной школе место дерзости и эксперименту?

Есть. Есть потрясающие педагоги – Мастера, виртуозы своего дела, воспитанные в лучших традициях классического русского театра, бережно эти традиции хранящие и развивающие их, передающие свои знания и секреты мастерства новым поколениям. И делают они это с такой же самоотверженностью, с такой же самоотдачей, ответственностью, вдохновением и талантом, как и их великие предшественники. Люди эти находятся в постоянном творческом поиске, постоянно экспериментируют и расширяют границы наших представлений о возможностях современного театра в целом и о возможностях современного актёра в частности.

Причем экспериментирующие и ищущие новые творческие формы педагоги есть не только в таких «подвижных», постоянно развивающихся дисциплинах, как танец, вокал или сценическая речь (то есть в дисциплинах, которые по своей творческой природе просто не могут не откликаться на стремительно изменяющиеся реалии и новые веяния современной жизни). Они есть и в таких, на первый взгляд, консервативных, архаичных, статичных дисциплинах русской театральной школы, как, например, сценическое фехтование.

Фехтование – это искусство владения холодным оружием, корнями своими уходящее в глубь веков. Сценическое фехтование – предмет русской театральной

школы, который вот уже на протяжении более двух столетий является неотъемлемой и обязательной частью актерского образования. Наряду с танцем, который, несомненно, является старейшей дисциплиной, фехтование в совокупности с другими специальными предметами образует так называемый «Цикл пластических дисциплин», формирующий тело актёра и отвечающий за его внешнюю выразительность [6, с. 4-5]. Это предмет, развивающий и закрепляющий у актёра необходимые для работы на сцене психофизические качества, посредством обучения навыку владения холодным оружием в условиях сценического пространства и съёмочной площадки [6, с. 14].

Александр Иванович Люгар (прославленный мастер фехтования, педагог, преподававший в крупнейших военных и гражданских учебных заведениях царской России, автор первого в истории учебника по сценическому фехтованию), еще сто с лишним лет назад обращал внимание на значение фехтования для воспитания телесного аппарата актёра: «Фехтование, как известно, развивает в человеке пластику, свободу и легкость движений и искореняет дурные привычки в жестах и манере держать себя. Вот этими всего более вредящими артисту сторонами физического развития школа совершенно пренебрегает, и ученики долго остаются в совершенном порабощении у порока. Поэтому я снова, как и в прежних моих трудах, настаиваю на том, чтобы школы уделяли фехтованию больше времени. Этот расход вознаградится сторицею даже во время школьного обучения, не говоря уже о работе на сцене» [2, с. 84].

К сожалению, зачастую сценическое фехтование даже профессиональными режиссерами и актёрами воспринимается как некий атавизм, как «мертвый язык» (несуществующий в живом употреблении и известный лишь по письменным памятникам). Можно только посочувствовать подобного рода «профессионалам», не рассмотревшим и не осознавшим, какие безграничные возможности для развития профессиональных компетенций современного актёра даёт сценическое фехтование. Каким ярким и многогранным средством воплощения творческого замысла режиссёра и

убеждения зрителя в достоверности происходящего на сцене (в этой самой «правде жизни» по Станиславскому) может быть сценическое фехтование.

Вероятно, указанным скептикам просто не встретился тот самый педагог-Мастер, «Маэстро» (как уважительно принято говорить о фехтмейстерах-профессионалах во внутрицеховом сообществе), который бы в полной мере продемонстрировал им всю красоту, изящество, выразительность и все творческие возможности сценического фехтования.

Одним из таких выдающихся театральных Мастеров-педагогов нашего времени является Заслуженный работник культуры Российской Федерации, доцент Кафедры пластического воспитания актера Школы-студии МХАТ им. Вл. И. Немировича-Данченко, доцент кафедры актерского мастерства и режиссуры Высшей школы сценических искусств «Театральная школа Константина Райкина», постановщик пластических, батальных и специальных сцен в театре и кино, действительный член Российской Гильдии режиссёров и педагогов по пластике, фехтмейстер с мировым именем – Андрей Викторович Ураев.

А.В. Ураев – педагог, создавший абсолютно новое направление в современном фехтовании – Художественное фехтование, представляющее собой симбиоз сценического и спортивного фехтования.

Основой Художественного фехтования является фехтовальная импровизация – вольный бой. То есть участники соревнований демонстрируют зрителю не заученные и отрепетированные фехтовальные связки и комбинации, что обычно происходит на сцене во время театрального представления, а импровизационный поединок, рождающийся здесь и сейчас, развивающийся по логике живого боя.

Художественное фехтование – это уникальное явление, ставшее результатом многолетних экспериментов, творческих опытов и исследований Андрея Викторовича Ураева и его учеников в области преподавания сценического фехтования и такого специфического его направления, как фехтовальная импровизация. Безусловно, Художественное фехтование задаёт

новый вектор, новый виток развития сценическому фехтованию, а, следовательно, и процессу обучения и воспитания новых поколений театральных актеров. При этом следует обратить внимание на то, что «Сценическое фехтование», как отдельный предмет актерского образования – это особенность русской театральной школы (в Европе данного предмета практически нет, а если и есть, то он имеет русские корни) [6, с. 5-6].

Вот что говорит А.В. Ураев о значении сценического фехтования для формирования профессиональных качеств современного актёра: «Не отрываясь от современности и постоянно находясь в творческом поиске, наш традиционный для русской театральной школы предмет является незаменимым в системе актёрского образования. Помимо воспитания навыка фехтования на сцене и развития и формирования профессионально важных востребованных современным театром актёрских качеств, есть ещё одно важное умение, приобретаемое артистом в процессе освоения основ сценического фехтования. Изучив и присвоив один из сложнейших двигательных навыков – навык фехтования на сцене, постигнув законы построения навыка в процессе обучения, актёру не составит большого труда изучить любые двигательные навыки, которые ему потребуются для исполнения ролей в театре и кино» [6, с. 10].

Фехтовальная импровизация позволяет актеру максимально быстро и наглядно понять отличие достоверного действия на сцене от изображаемого, понять логику и драматургию реального боя. Ссылаясь на А. И. Люгара [4], А.В. Ураев отмечает: «Для зрителя фехтовальный бой реален, и ничто не может извинить отсутствие правды жизни, если хотите, правдоподобия её, всегда и везде необходимое на театре, даже в фантастичной нелинейности современных постановок, ищущих новые формы воздействия на зрительское восприятие. Современный зритель – продукт мощного информационного поля, его трудно обмануть, его можно только убедить. Не только профессионалы театра, но в первую очередь зритель, никогда не поверят актёру вне обострения предлагаемых обстоятельств смертельного исхода, лживой секвенции

фехтовальных приёмов, существующих вопреки действенной логике перспективы роли и правде жизни, а именно, не продиктованных «инстинктом самосохранения и здравым смыслом»» [6, с. 7].

Именно такую «правду жизни» и логику реального боя демонстрирует зрителю Художественное фехтование.

О том, что Художественное фехтование развивается и получает признание у ценителей фехтовального искусства, свидетельствует проведенный в Москве 24 апреля 2022 года Первый Всероссийский чемпионат по Художественному фехтованию, в котором приняли участие фехтовальщики из Москвы, Ярославля и Тулы. Основная масса участников – это студенты театральных ВУЗов и профессиональные актёры, занимающиеся на базе театральных учебных заведений под руководством театральных педагогов-фехтмейстеров. Однако среди участников были уже и несколько человек, не имеющих прямого отношения к актёрской профессии, занимающихся в Московском клубе Художественного фехтования под руководством А. В. Ураева и И. М. Демченко (Иван Михайлович Демченко – известный российский фехтмейстер, актёр, режиссёр).

В настоящее время идет подготовка ко второму Московскому чемпионату по Художественному фехтованию, проведение которого запланировано в текущем году.

Каковы же основные отличия Художественного фехтования от спортивного и чем оно так привлекательно для любителей фехтования?

Безусловно, Художественное фехтование – это соревновательный бой. Здесь есть победитель. Однако уникальность этого вида состязания в том, что соревнующиеся не являются противниками, у них нет задачи поразить друг друга. Они – партнёры, и выигрывает как раз тот участник, который максимально талантлив в пристройке к партнёру и в создании общего партнёрского боевого рисунка (который должен при этом выглядеть для зрителя как абсолютно реальный бой двух соперников).

Партнерство, взаимодействие, пристройка друг к другу и, при этом, – максимальная достоверность, полная иллюзия сражения, соперничества, следование логике реального боя («инстинктам самосохранения и здравому смыслу») – вот основная концепция Художественного фехтования. Именно этот принципиальный и основополагающий пункт концепции Художественного фехтования обычно и вызывает больше всего вопросов и споров. Возможно ли такое соревновательное партнерство? Не парадокс ли это?

Да, Художественное фехтование – это парадоксальный вид спорта. Такой же парадоксальный как любое искусство, как театр, как сама жизнь. Этим он и прекрасен, этим и уникален. И такое «парадоксальное» партнёрство возможно, когда на площадке с оружием в руках встречаются два настоящих Мастера. Два умных, грамотных, хорошо подготовленных, талантливых фехтовальщика, осознающих свою миссию: создать красивый, реалистичный рисунок боя, вызывающий у зрителя эмоциональный отклик, восторг, уважение к мастерству бойцов и захватывающий дух от их точных, быстрых, виртуозных атак и защит.

Думается, оправданным будет сказать, что уникальность Художественного фехтования в том, что его участники получают удовольствие не столько от результата, сколько от процесса. Творческий процесс – процесс создания боевого рисунка – интеллектуальный невербальный диалог партнеров с оружием в руках (когда при помощи оружия задаётся красивый вопрос – происходит оценка ситуации (вопроса) – и дается красивый адекватный ответ, – порождающий новый красивый вопрос) – это и есть результат. И выигрывает здесь тот, кто больше в этот «диалог» вкладывается, кто задаёт более красивые «вопросы», давая возможность партнёру дать красивый «ответ», делая тем самым этот невербальный «диалог» интересным и непредсказуемым для зрителя.

Забота о партнёре, уважение, бережное и внимательное отношение к нему – в Художественном фехтовании возведены в культ. Самым большим и ценным компонентом, который один партнёр после завершения боя может сделать

другому, – в Художественном фехтовании считается фраза: «Спасибо – мне было удобно».

Вот такой парадокс. Конечно, такое мастерство достигается нелегко, им владеют единицы, оно нарабатывается постоянными тренировками, отработкой фехтовальных навыков, физической подготовкой, регулярными тренировочными боями со своими партнёрами по команде. Необходимо здесь и актерское мастерство для большой эффектности, зрелищности, красоты поединка. Именно к этому и стремятся все участники.

Партнёрство – это основа Художественного фехтования. Неигровая, истинная агрессия здесь категорически запрещена и считается дурным тоном. За это правилами соревнований предусмотрена немедленная дисквалификация.

Пункт 1 Правил проведения соревнований по Художественному фехтованию гласит:

«1.1. Художественное фехтование – вид спортивного поединка, целью которого является свободная импровизация (вольный бой) на оружии установленного образца, в котором действуют не соперники, но партнёры, создающие иллюзию реального боя, используя любые фехтовальные приёмы, ограниченные только взаимной безопасностью производимых действий. Партнёрское взаимодействие является основным инструментом построения иллюзии реального боя. Выигрывает тот спортсмен, который оказался лучшим партнёром. Любое проявление истинной неигровой агрессии в отношении партнёра рассматривается как повод к дисквалификации спортсмена. Обязанностью спортсменов является в течение определённого настоящими правилами времени вести поединок правдоподобно, взаимобезопасно, в яркой выразительной форме, без неоправданных остановок и длительных пассивных акций вне контакта с партнёром» [5, с. 1].

Современное Художественное фехтование находится на стадии развития. Уточняются и корректируются правила и система оценок. Ведется работа по подготовке тренеров. Но абсолютно очевидно, что Художественное фехтование,

взяв за основу импровизацию, как элемент сценического фехтования, привнеся соревновательный момент, – явилось очередным русским открытием.

И значение этого открытия трудно переоценить. Это не только пропаганда здорового образа жизни (для успешного выступления необходима хорошая физическая подготовка, регулярные тренировки). Не только привлечение в театр новых зрителей (театр демонстрирует, каким ярким и захватывающим он может быть). Это и воспитание определённых морально-нравственных, духовных качеств и ценностей и у спортсменов, которые этим видом спорта занимаются, и у зрителей.

Художественное фехтование – это боевое искусство. Человек, берущий в руки оружие под руководством Мастера, педагога-профессионала, начинает развиваться не только физически. Боевое искусство – это всегда определённый путь, всегда преодоление, всегда некое духовное развитие. Это всегда победа над самим собой. И это всегда определенный свод правил и законов поведения, всегда воспитание определенных качеств бойца, обусловленных взаимодействием с оружием. Это – осознанность, ответственность за свои действия, внимательность, спокойствие, выдержка, алертность. Настоящие Мастера Художественного фехтования, выходя на бой, демонстрируют зрителю высокую культуру взаимоотношения партнёров в поединке. Благородство, честь, достоинство, справедливость, уважение к партнёру, к зрителю, к оружию – именно эти качества пропагандирует Художественное фехтование [3].

Русский театр не просто жив – он продолжает являть миру новые имена высочайших профессионалов, мастеров своего дела, исследователей и экспериментаторов, которые досконально и кропотливо изучив опыт предыдущих поколений, делают собственные открытия, и сами уже становятся легендами и нашим национальным достоянием.

Со временем о Художественном фехтовании, истории его создания и его авторе напишут книги и научные исследования. А пока мы являемся свидетелями становления уникального явления в театральном и спортивном

мире. И это прекрасно! «Что касается потолков в творчестве – их не существует. Надо быть открытым любому опыту. Творчество без эксперимента – не существует, и быть не может» – Андрей Викторович Ураев [6].

Список литературы

1. Дубова М.А., Ларина Н.А. Филологический анализ текста: рецепция рассказа И.А. Бунина «Эпитафия» // *Филология: научные исследования*. – 2021. – № 12. – С. 71-81. DOI: 10.7256/2454-0749.2021.12.35179 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=35179

2. Дубова М.А. Развитие речи дошкольников в цифровом обществе: методика работы с текстом // *Педагогическое образование и наука*. – 2021. – № 6. – С. 20 – 25.

3. YouTube канал Художественного фехтования [Электронный ресурс]. URL: <http://www.youtube.com/@Hudfeht> (дата обращения: 23.11.2023).

4. Люгар А.И. Школа сценического фехтования. – М.: 1910. – 106 с.

5. Правила проведения соревнований по Художественному фехтованию [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/if_channel (дата обращения: 23.11.2023).

6. Ураев А.В., Сероштанова Н.В. Сценическое фехтование в современной театральной школе. Сборник научно-методических материалов III Международной научно-практической конференции. – М.: Высшая школа сценических искусств, 2018. – 130 с.

УДК 82

ББК 81

**ЖАНРОВЫЕ НОВАЦИИ РАННЕГО ВАЛЕРИЯ БРЮСОВА
(НА МАТЕРИАЛЕ КНИГИ СТИХОВ «JUVENILIA»)**

*A.O. Kartasheva, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**GENRE INNOVATIONS OF EARLY VALERY BRYUSOV
(BASED ON THE BOOK OF POEMS “JUVENILIA”)**

*A.O. Kartasheva, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье рассматривается первый лирический сборник В. Брюсова «Juvenilia». Доказывается, что в этой книге стихов поэт начинает те жанровые поиски, которые получат развитие в дальнейшем: речь, прежде всего, идёт об освоении и трансформации предшествующей жанровой традиции и о жанровой циклизации. Таким образом, «Juvenilia» выступает для Брюсова в качестве экспериментального пролога ко всему последующему творчеству.

Ключевые слова: лирические жанры, книга стихов, традиция и новаторство, Валерий Брюсов.

Abstract. The article examines the first lyrical collection of V. Bryusov “Juvenilia. It is proved that in this book of poems the poet begins those genre searches that will be developed in the future: we are talking, first of all, about the development and transformation of the previous genre tradition and about genre cyclization. Thus, “Juvenilia” acts for Bryusov as an experimental prologue to all subsequent work.

Key words: lyrical genres, book of poems, tradition and innovation, Valery Bryusov.

E-Mail: anna.kartasheva@internet.ru

Общеизвестно, что на протяжении всей своей жизни Брюсов стремился к «завоеванию» новых литературных территорий. Жанр, как и многие иные составляющие лирического произведения, был для Брюсова и неким

формальным канонем, связывающим его с литературой и культурой прошедших эпох, и в то же время, это для него – поле для художественных экспериментов.

О жанрах в лирике Брюсова опубликован ряд статей, но они либо посвящены лишь отдельным жанрам, как исследование М. Л. Гаспарова, касающееся жанра сонета у Брюсова [5], или С. В. Жилякова «Жанровая традиция стихотворения-„Памятника“ в русской поэзии XVIII-XX вв.» [8], или А. С. Гришина «Экфразис в поэзии старших символистов как форма сотворчества» [6, с. 14-33], или Л. П. Давыдовой «Классические японские танка в русской поэзии: особенности генезиса и функционирования» [7, с. 70-74], или Д. В. Кузьмина о брюсовских моностихах [11, с. 63-67] и др., либо затрагивают ограниченное количество произведений поэта (или даже один текст), и в любом случае они не имеют обобщающего, систематического характера.

Освоение жанровой системы или отдельных жанров, обновление функциональных основ конкретного жанра, изменение его формальных составляющих, выстраивание диалога с другими произведениями, созданными в соответствующем жанре, и т. д. – постоянная практика Брюсова-поэта, Брюсова – теоретика стиха, Брюсова – лидера поэтического направления.

На наш взгляд, истоки брюсовской жанровой стратегии следует искать в его раннем творчестве, и прежде всего, в сборнике «Juvenilia» (1896).

В предисловии к сборнику Брюсов писал, что советует читать его «как роман или как тетрадь дневника» [3, с. 565]. Слово «роман» здесь, с одной стороны, указывает на автобиографический, интимный подтекст ряда стихотворений «Juvenilia», с другой – как будто отсылает к жанру романа в стихах. Конечно, речь идёт не о полноценном романе в стихах вроде пушкинского «Евгения Онегина», но о его намеченной, редуцированной жанровой форме. То же можно сказать и об отсылке к жанру романа-дневника. Но нужно отметить, что, начиная уже с первого сборника, поэт мыслит категорией крупной формы, вписывая «хронику <...> жизни за полтора года [3,

с. 565] в координаты литературного жанра, превращая частную жизнь в литературный факт.

Первый раздел «*Juvenilia*», однако, находится за пределами поэтического разговора о личном. Он обозначает если не большинство, то некоторые важные интенции брюсовского творчества. С другой стороны, можно сказать, что он как бы характеризует героя «романа в стихах».

В качестве эпиграфа к «Прологу» Брюсов берёт фразу из книги Стефана Малларме «Уклоны» («*Divagation*»): «*Parler n'a trait à la réalité des choses que commercialement*». Эта фраза в собрании сочинений переведена следующим образом: «Обыденная речь имеет лишь практическое отношение к сущности вещей» [3, с. 33]. В буквальном переводе она звучит острее: «Говорить о реальности вещей можно лишь с коммерческой точки зрения» (перевод – А. К.). В обоих случаях Брюсов обозначает основу для последующей многолетней символистской работы со словом: слово имеет множество, бесконечное число значений, и общепринятое значение не является не то что единственным, оно не является верным. Поэт ставит под вопрос денотат и коннотат слова, открывая возможность для широкой творческой окказионализации на разных уровнях, в том числе на уровне жанра.

Каждое из последующих стихотворений сборника намечает будущие открытия поэта в жанровой сфере.

Открывающее Пролог «*Juvenilia*» стихотворение «Сонет к форме» является одним из основополагающих стихотворений Брюсова. Оно ставит проблему соотношения содержания и формы в художественном произведении [9, с. 145-149]. Ключевым понятием этого сонета оказывается завершающее стихотворение слово «красота» [12, с. 57-59] (кстати сказать, в стихотворении «Осеннее чувство» это слово написано с большой буквы, что превращает его в некую трансцендентную категорию. Для Брюсова красота – это то, что выражает суть предмета.

«Сонет к форме» начинается как разговор о том, что существуют «тонкие властительные связи / Меж контуром и запахом цветка» [3, с. 33], и тем самым как будто выстраивает диалог с сонетом Артюра Рембо «Гласные», проводящим параллели между буквой и цветом. Но слово «запах» у Брюсова выступает лишь в качестве метафоры внутренней основы цветка, а не как вариант синестетической аналогии.

«Сонет к форме» Брюсова создаётся в границах жанра, который приспособлен для «передачи ощущения диалектики бытия» [13, с. 3-28] и «отражает основные этапы диалектического движения жизни, чувства или мысли от тезиса, т. е. какого-то положения, через антитезис, т. е. противоположение, к синтезу, т. е. снятию противоположностей» [4, с. 146-147]. Но, как и Рембо в «Гласных», особенности этого жанра поэт игнорирует. Французский поэт на протяжении всего стихотворения развивает идею о связи цвета со звучанием и начертанием букв, попутно моделируя мир от земли к небу. Брюсов же создаёт «однолинейный» [5, с. 345] сонет, заменяет традиционную структуру сонета «тезис – антитезис – синтез» на структуру «тезис – аргумент-метафора – мнимый синтез».

Металитературная проблематика присутствует и в другом стихотворении сборника – знаменитом «Творчестве». Поэт говорил о нём так: «...моей задачей было изобразить процесс творчества» [3, с. 568]. Вслед за А. С. Пушкиным (см., например, «Осень» или «Стихи, сочинённые ночью во время бессонницы») Брюсов обнаруживает ноктюрнальный, онейрический источник творческого вдохновения. Проецируя теоретические открытия последующих десятилетий на его поэзию, можно охарактеризовать «Творчество» как лирическое метаповествование о рождении стихотворного произведения.

Позже появились объяснения брата Брюсова – Александра – о реальных основаниях для образов «Творчества», связанных с обстановкой брюсовского дома на Цветном бульваре; а В. Ф. Ходасевичем был сделан анализ этого стихотворения, в котором он указал на символистское двоемирие «Творчества».

Иными словами, «Творчество», как и, к примеру, «Осеннее чувство», оказались вариантами новых символистских манифестов, представленных в форме конкретных стихотворных произведений. «Творчество» и «Самоуверенность», как и «Une dentelle s'abolit...» Малларме, это зарисовки без ключа, герметичная поэзия, адресующаяся к ассоциативной рецепции.

Важно также отметить, что «Осеннее чувство», как и «Сонет к форме», – это именно сонеты. Брюсов изначально исходит из стремления поместить неопределённые символистские интуиции в чёткую форму.

В «Juvenilia» Брюсов начинает активное освоение имеющихся в мировой литературе жанров, но при этом мало разработанных отечественной литературной традицией. Одним из таких жанров является моностих «О закрой свои бледные ноги» (который одновременно можно рассматривать и как пролог к «роману в стихах» этого сборника). Брюсов много раз вынужден был объяснять его смысл, но, как правило, его ответы уходили в сторону и поэт концентрировал внимание на мотивации написания и на жанровой природе этого стихотворения: «...идеалом для поэта должен быть один такой стих, который сказал бы душе читателя всё то, что хотел сказать ему поэт»; «...у римлян были законченные стихотворения в одну строку <...> однострочные эпиграммы или эпитафии, вполне округлённые по смыслу. Я просто хотел сделать такую попытку с русским стихом» [3, с. 568].

Д. В. Кузьмин в статье «Моностихи Брюсова: факты и догадки» считает, что «исходной точкой обращения Брюсова к этой форме послужила не только античная традиция однострочных стихотворных надписей, сколько характерный для любой переломной эпохи чисто оптический сдвиг, позволяющий увидеть целостное и самодостаточное в том, что прежде казалось случайным и не имеющим самостоятельной ценности» [11, с. 67].

С другой стороны, «О закрой свои бледные ноги» можно прочесть именно как эпиграмму в её античном понимании, то есть как надпись (например, любовно-эротического содержания). Известно, что первым такую

интерпретацию этого брюсовского стихотворения предложил В. В. Розанов [14, с. 165-173], критиковавший символистов за разрушительный индивидуализм и тотальную сексуализацию.

Кстати, Брюсов позже будет экспериментировать с жанром надписи любовно-эротического содержания. Про стихотворение «Стихи на изразцах» поэт напишет следующее: «Старинные изразцы, которые теперь можно увидеть в музеях, нередко украшались разными наивными рисунками. Под этими рисунками ставились подписи в стихах. Я сделал попытку связать отдельные стихи этих подписей, один с другим, и, довольно неожиданно для меня самого, из этого получилось нечто целое» [3, с. 645-646]. И фактически из бытовых подписей-надписей посредством стилизации под наивную поэзию он создаст новый окказиональный жанр, название которого вынесено в подзаголовок.

Хотя брюсовский моностих не был первым примером одностиший в русской поэзии, «идея моностиха прочно укоренилась в русском литературном сознании» именно благодаря Брюсову, «и еще долго для читателя, а подчас и для поэта, обращение к форме моностиха означало <...> вступление в диалог с брюсовским прообразом» [10, с. 68-78]. Брюсов вписал моностих «О закрой свои бледные ноги» в контекст стихотворного сборника, усилил его формальную организацию, уравнив его в правах с другими, более традиционными с жанровой точки зрения стихотворениями, также одновременно он актуализировал в нём память об античной эпиграмме и эпитафии и утвердил его в качестве самостоятельного жанра, сжимающего сюжет, смысл, образную систему и проч. до одной строки и содержащего контекстуальный провокативный заряд.

Стихотворения «Учёный» и «Отверженный герой» написаны в жанре посвящения. Однако важно, что в обоих случаях, как и в «Господи! Господи!..», под видом религиозного стихотворения в христианской традиции выступает стихотворение иное по своему посылу. «Учёный» и «Отверженный герой» напоминают жанр парсуны, который использовал иконописные формальные решения, но изображал светские фигуры. Герой «Учёного» стоит в

«иконописной позе», в «блестящем ореоле» [3, с. 36] – вариант нимба; Дени Папин из «Отверженного героя» однажды должен будет принять на себя «солнечную корону» [3, с. 37] – другой вариант нимба. В. М. Фриче из «Учёного» живёт в мире фантазий, где примирены добро и зло, но для этих преодолённых земных добра и зла Брюсов избирает не образ христианской божественной реальности, но образы зороастрийских Ахура-Мазды и Аримана. При этом также важно, что, хотя в обоих случаях адресаты стихотворений заявлены эксплицитно, названия произведений обозначают широкий, обобщённый круг адресатов – учёные и изобретатели (раннее стихотворение Брюсова от 1888 года, посвящённое трагической истории Дени Папина, называлось «Изобретатель») [1, с. 50-53]. Схожий мотив – в сонете «К портрету Лейбница» (сб. «Tertia vigilia»), где у героя стихотворения – «строгий лик» и он подобен «древним пророкам» [3, с. 195].

С другой стороны, на «Учёного» и на «Отверженного героя» можно посмотреть как на первые попытки создать стихотворение-«памятник», которых впоследствии у Брюсова будет очень много. Так, первая строфа «Учёного» отчётливо напоминает описание именно памятника:

Вот он стоит, в блестящем ореоле,
В заученной иконописной позе.
Его рука протянута к мимозе,
У ног его цитаты древних схолий.
[3, с. 36]

Итак, подводя итоги, отметим, что сборник юношеских стихотворений Брюсова «Juvenilia» представляет собой вариант «романа-дневника» или «романа в стихах».

Слово «роман», если применять его к жанру сборника, можно понять в двух аспектах – как любовную историю, облечённую в стихотворения, и как литературный жанр. «Juvenilia» как «роман в стихах» рассказывает историю любви от зарождения до умирания (в переносном и буквальном смысле – одна

из возлюбленных героя уходит из жизни и на её место приходит другая). Центральные разделы сборника через свои эпитафии отсылают к схожим «романам в стихах» – «Книге песен» Г. Гейне и «Евгению Онегину» А. С. Пушкина.

Важной составляющей «Juvenilia» являются многочисленные обозначаемые автором металитературные и межтекстовые связи, которые являются одним из средств характеристики главного героя, его внутреннего мира и особенностей его творческого взгляда, а также влияют на различные уровни текста конкретных стихотворений – в частности, на их жанровую природу. Часто информация о жанровой природе конкретного текста обнаруживается у Брюсова в его черновых версиях: на скрытый жанр стихотворения указывает эпитафия или прямые замечания самого автора.

Также сборник «Juvenilia», особенно его Пролог, можно рассматривать как лирическое метаописание, в котором поэт разными способами описывает процесс его создания – от прямого высказывания в «Сонете к форме» и «Творчестве» до имплицитного поэтического состязания с другими поэтами.

В целом, нужно отметить, что сборник «Juvenilia» выступает для Брюсова в качестве экспериментального пролога ко всему последующему творчеству. Поэт начинает в нём те жанровые эксперименты, которые получают развитие в дальнейшем: речь, прежде всего, идёт о жанровом синтезе и о жанровой циклизации. Эта циклизация проявляется у него внутри сборников, циклами позже окажутся сборники целиком (например, «Сны человечества»), будут у Брюсова и сверхциклы, при которых эволюция/трансформация жанра будет осуществляться в нескольких сборниках.

Кроме того, Брюсов в «Juvenilia» задаёт, развивает новый формат поэтического сборника: сборник не как собрание относительно случайно написанных и соединённых стихотворений, но книга, которая имеет строгий и стройный замысел, а также определённым образом структурирована, имеет логически обоснованные разделы. В целом, брюсовские книги стихов, начиная с

«Juvenilia», можно интерпретировать как некую циклическую целостность, по сути дела, отдельный жанр.

Также важно, что в «Juvenilia» – проявляется определённая жизненная и творческая стратегия Брюсова, которой он будет следовать и позже. Брюсов стремится максимально изучить поэтическую традицию: вначале подражательно, затем с новациями он активно осваивает темы и жанры (содержание и формы) отечественной и европейской литературы.

Вероятно, одной из причин такого стремления, помимо фанатической преданности художественному творчеству, является – впоследствии усилившееся – желание Брюсова контролировать современную ему литературную ситуацию и первенствовать среди других поэтов. Он создаёт из себя «вождя», который всё время должен быть на шаг впереди других в знании литературы и в поэтическом мастерстве.

Список литературы

1. *Артеменко Н. С. Жанры послания и посвящения в творчестве поэтов русского зарубежья (С. С. Бехтеев и И. И. Савин) // Inīitium. Художественная литература: опыт современного прочтения: сб. статей молодых ученых / под ред. Т. А. Снигиревой, Л. А. Назаровой. – Вып. 3. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2020. – С. 50-53.*

2. *Бехер И. Р. Философия сонета, или Маленькое наставление по сонету // Вопросы литературы. – 1965. – № 10. – С. 194-200.*

3. *Брюсов В. Я. Собрание сочинений в семи томах / Под общей редакцией П. Г. Антокольского и др. Т. I. Стихотворения. Поэмы. 1892–1909. – М.: «Художественная литература», 1973. – 672 с.*

4. *Буранбаева Л. М. Сонет А. Рембо «Гласные»: испытание жанра // Пушкинские чтения. – 2012. – №XVII. – С. 144-150.*

5. *Гаспаров М. Л. Собрание сочинений в шести томах. Т. III. Русская поэзия. – М.: Новое литературное обозрение, 2022. – 992 с.*

6. Гришин А. С. *Экфразис в поэзии старших символистов как форма сотворчества / А.С. Гришин // Вестник Челябинского университета. – Сер. 2. Филология. – 2004. – № 1. – С. 14–33.*
7. Давыдова Л. П. *Классические японские танка в русской поэзии: особенности генезиса и функционирования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 2-2(32). – С. 70-74.*
8. Жиликов С. В. *Жанровая традиция стихотворения-«Памятника» в русской поэзии XVIII-XX вв.: автореф. дис. к. филол. н. – Елец: Елец. гос. ун-т им. И.А. Бунина, 2011. – 22 с.*
9. Ищенко Д. С. *Концептуальное соотношение фонетического значения с формой и содержанием поэтической речи (на материале поэтических текстов и эстетических взглядов В. Брюсова) // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2009. – №2 (45). – С. 145-149.*
10. Кузьмин Д. В. *«Отдельно взятый стих прекрасен!»: Моностихи русских и зарубежных авторов // Арион. – № 2. – 1996. – С. 68-78.*
11. Кузьмин Д.В. *Моностихи Брюсова: факты и догадки // Брюсовские чтения 1996 года. – Ереван: Лингва, 2001. – С. 63-67.*
12. Нефёдов И. В. *Лингвопоэтическое толкование «Сонета к форме» В. Я. Брюсова // МИРС. – 2007. – №1-2. – С. 57-59.*
13. Плавский З.И. *Четырнадцать магических строк // Западноевропейский сонет (XIII–XVII веков): Поэтическая антология / сост. А. А. Чамеев и др.; авт. вступ. ст. З. И. Плавский. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1988. – С. 3-28.*
14. Розанов В. В. *Сочинения. Т. 1. Религия и культура. / Сост. и подготовка текста Е. В. Барабанова. – М.: Правда, 1990. – 636 с.*

УДК 82-3

ББК 84(2)

**АНТИУТОПИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ РУССКИХ
ПРОЗАИКОВ 20-Х ГОДОВ: НА ПОДСТУПАХ К ТЕМЕ**

*Ф.Е. Платонов, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**DYSTOPIAN MOTIFS IN THE WORKS OF RUSSIAN PROSE
WRITERS OF THE 20S: ON THE APPROACHES TO THE TOPIC**

*F.E. Platonov, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. Статья посвящена анализу антиутопических мотивов в произведениях русских прозаиков 1920-х годов – на примере романа Е. Замятина «Мы» и «Собачьего сердца» М. Булгакова. Выявляются основные антиутопические идеи, мотивы и символы, используемые писателями для отражения социальных, политических и философских аспектов жизни. Затрагивается вопрос о влиянии русской антиутопической традиции на зарубежных авторов антиутопий, а также о судьбе антиутопического наследия в русской литературе советской и постсоветской эпох.

Ключевые слова: антиутопия, русская литература, XX век, мотивы, символы, социальная критика, политическая аллегория.

Abstract. This article explores the role of dystopian motives in the works of Russian writers of the 20th century. The author conducts an analysis of literary texts, identifying the main dystopian themes, motifs, and symbols used by writers to reflect social, political, and philosophical aspects of life. Special attention is paid to the influence of Russian literature on foreign authors of dystopias, as well as the specificity of the dystopian legacy in the context of the Soviet and post-Soviet eras.

Key words: dystopia, Russian literature, 20th century, motives, symbols, social criticism, political allegory.

E-mail: fedor.platonoff@yandex.ru

Русская литература 20-х годов XX века изобилует произведениями, где освещаются сложные социальные, политические и культурные аспекты своего времени. Наряду с ранними советскими утопиями, в которых мы видим яркие

образы прекрасного и счастливого общества будущего появляются жестокие и не менее выделяющейся произведения, близкие по своим мотивам и пафосу к антиутопии, показывающие разочарование авторов от мысли о недостижимости идеала, страх от развития технологий и многое другое.

По своей сути антиутопические романы и повести провоцирует двойную оптику читательского восприятия: они показывают связь между правом человека на достойную жизнь, социокультурные прогнозы ее преобразования и той реальностью, в которую могла бы превратиться жизнь, при осуществлении этих прогнозов. Эта двойственность и установила «размытость» жанра антиутопии. Антиутопия как жанр не только представляет возможное будущее как негативное, но и спор с утопией, то есть воплощает образ совершенного общества с негативной стороны [2, с. 66]. Антиутопия является одним из выраженных жанров в русской литературе 1920-х годов.

В произведениях русских писателей XX века антиутопические мотивы отражают разнообразные аспекты жизни общества и человеческой природы. Начало 20 века было насыщено ужасными событиями: первая мировая война, революция 1917 года, экономический упадок – все это привело к нестабильности социальной ситуации. Начинают появляться идеи тоталитарного режима.

Первым, кто увидел опасность в идеях равноправия, которое продвигала советская власть, стал Евгений Замятин. В начале его романа «Мы» мы можем увидеть, на первый взгляд, идеальное общество. Своего рода самая настоящая утопия. В этом государстве все счастливы, царит мир и согласие. Историю мы узнаем от лица строителя Интеграла, математика Д-503. В чем заключается счастье жителей «Идеального» государства? [3, с. 28].

В романе перед нами предстает будущее. В Едином Государстве, которое возглавляет Благодетель, люди изолированы от остального мира Зеленой Стеной, выход за которую запрещен. Граждане живут как в казарме и повинуются режиму. Государство запретило творчески развиваться и предлагает свою науку, поэзию, творчество. При этом существует особая система контроля

– Бюро Хранителей, задача которых следить за тем, чтобы каждый «номер» был счастлив. Мир и «процветание» этой системы построены на лишении людей свободы. Человек не существует как личность, его счастье не субъективно.

В День Единогласия герой произведения начинает ощущать себя частью огромного «Мы». Проходят абсурдные выборы без выбора. В итоге к герою примыкают союзники, люди, которые поняли, что хотят жить свободно, обычной нормальной жизнью. Несмотря на всю трагичность изображаемой жизни общества в конце романа чувствуется оптимизм в словах автора, который, показывая весь ужас тоталитарного режима, выделяет героев, способных противостоять системе подавления.

Тоталитаризм и есть Единое Государство, которое не сумеет выжить только потому, что в обществе есть люди, готовые противопоставить себя жестокому и лживому государству [1, с. 36].

Роман Е. Замятина – антиутопия, в которой реализованы функции предупреждения, предостережения. Нам показан антиутопический конфликт между тоталитарным режимом и личностью героя. Важно отметить, что данное произведение является некой отправной точкой и оказало большое влияние на многих авторов, в том числе, и на зарубежных. Например, Джордж Оруэлл, написавший роман «1984», признавался, что его работа была вдохновлена романом «Мы» Е. Замятина.

Следующим прозаическим произведением, в котором прослеживаются антиутопические мотивы, является «Собачье сердце» Михаила Булгакова.

Это уникальная повесть, которая сочетает в себе элементы фантастики, сатиры и аллегории, функции которых – описать абсурдность и безумие советской действительности. В центре сюжета находится история о том, как собачье сердце было заменено на человеческое в результате эксперимента доктора Преображенского. Этот эксперимент приводит к тому, что собака Шарик превращается в грубого, эгоистичного и агрессивного человека по имени Шариков.

Антиутопический мотив в произведении проявляется через антиномию огромных научных возможностей и свершений профессора Преображенского и ужасающих следствий его дерзновенных научных экспериментов. Образ доктора, властвующего над чужой жизнью и несущего бессмысленное разрушение, может также символизировать произвол правящей власти по созданию «нового человека» из старого человеческого «материала», приводящего к манипуляции человеческими судьбами, жизнью и смертью. Гротескные элементы проявляются в нелепости ситуаций, порожденных экспериментом, а также в парадоксальной ситуации, когда животное обретает человеческие черты, но сохраняет животные инстинкты.

Жанровые особенности. Повесть «Собачье сердце» сочетает в себе черты фантастического романа и сатирического произведения. Фантастическая составляющая проявляется в преобразовании собаки в человека, что создает основу для аллегории о потере человеческого достоинства и моральных ценностей. Сатирические элементы используются для высмеивания бюрократической системы и безрассудной науки, которые являются фундаментальными составляющими советской реальности.

Повесть «Собачье сердце» не только является литературным произведением, но и ярким критическим комментарием к тоталитарному обществу, где человеческая жизнь может быть переработана и утрачена бездумным экспериментом в руках власти. Через остроумные сатирические образы и аллегорические сюжеты Булгаков высмеивает безумие и абсурдность своего времени, антиутопически описывая деформированное общество.

Советский период и постсоветская эпоха оказали значительное влияние на антиутопическую литературную традицию. В условиях цензуры и идеологической индоктринации многие русские писатели использовали аллегорические и фантастические приемы для критики существующего порядка. Произведения таких авторов, как Андрей Платонов с его «Чевенгуром» или «Котлованом», являются яркими примерами антиутопической литературы,

отражающей реальность советского общества и диктатуру антигуманной идеологии.

Советская и постсоветская эпохи создали уникальные условия для развития антиутопии. В условиях цензуры и идеологической индоктринации русские писатели находили новые способы выражения своей критики и анализа социальной действительности.

Изучение антиутопических мотивов в русской литературе XX века позволяет лучше понять сложную динамику литературного процесса и его взаимосвязь с социальными и политическими изменениями времени. Скрупулезные исследования в этой области могут расширить наше понимание влияния антиутопии на формирование культурных и идентичностных аспектов общества.

Список литературы

- 1. Демократия и тоталитаризм: материалы дискуссии // Свободная мысль. – 1991. – № 15. – 37 с.*
- 2. Дзаурова Х. С. Становление жанра «антиутопия» в русской литературе 20 века // Вестник науки и образования. – 2016. – №12 (24). – С. 66-67.*
- 3. Замятин Е. Роман «Мы». – М.: Азбука, 2015. – 224 с.*

УДК 82-31

ББК 84(2)

**АРХЕТИП СИМВОЛИЧЕСКОЙ МАТЕРИ В СТРУКТУРЕ
ПЕРСОНАЖНОЙ ПАРАДИГМЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО МИРА**

В. ПЕЛЕВИНА

*А.Г. Сильчева, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**THE «SYMBOLIC MOTHER» ARCHETYPE IN THE STRUCTURE
OF THE CHARACTER PARADIGM OF V. PELEVIN'S ARTISTIC WORLD**

*A.G. Silcheva, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье представлено обзорное исследование реализации архетипа символической матери в позднем творчестве В. Пелевина посредством структурного и культурно-исторического методов анализа. Определено, что образ символической матери почти всегда наделен нечеловеческими чертами и связан с магическим мотивом. Выявлено, что такая материнская фигура в персонажной системе позволяет создать амбивалентный образ в авторском нарративе, а также подспудно охарактеризовать главного героя.

Ключевые слова: современная русская проза, магический мотив, литературные архетипы, В. Пелевин, архетип матери, символическая мать.

Abstract. The article presents an overview study of the implementation of the „symbolic mother” archetype in the late work of V. Pelevin through structural and cultural-historical methods of analysis. It is determined that the image of a symbolic mother is almost always endowed with non-human features and is associated with a magical motif. It is revealed that the mother figure in the character system helps to create an ambivalent image in the author's narrative, as well as to secretly characterize the main character.

Key words: modern Russian prose, magical motif, literary archetypes, V. Pelevin, mother archetype, symbolic mother.

E-mail: alinka-krasulka@mail.ru

Различные аспекты творчества В. Пелевина становятся предметом научного осмысления: и философия писателя (А.П. Марьюшкина, Я. Мейпинь), и интертекст (А.С. Смирнов), и художественный метод (А.П. Павленко), и компоненты художественного мира в целом (А.Б. Сейдашова, Е.В. Шерчалова). К исследованию непосредственно персонажной парадигмы обращается Д.В. Нечепуренко, в системе которого, впрочем, нет образа матери [5], что обуславливает наш интерес к вопросу, а также новизну исследования и актуальность работы. В действительности, материнская фигура не так часто появляется на страницах пелевинских произведений – почти все примеры будут названы в статье: наиболее полно раскрыты такие персонажи, как Иштар Борисовна (роман «Empire V» (2006), пролог романа «Бэтман Аполло» (2013)) и Со (роман «Непобедимое солнце» (2020)). Изучение ролевой модели и ее роли в сюжете позволит лучше понять не только смысл конкретного текста, но и специфику художественного метода автора, что обуславливает актуальность и новизну исследования.

Важно указать, что мы изучаем не материнскую фигуру в целом, а именно образ символической матери, то есть родительской фигуры, которая становится, а не является таковой для героя изначально [4, с. 59]. Творчество Пелевина наполнено одиночками-сиротами [3], детство его героев редко оказывается счастливым: «Правильно, детство как детство, – согласилась Иштар. – Поэтому и трудное. Оно в нашей стране у всех трудное» [7, с. 41]. Семья не входит в систему ценностей героев, впрочем, профанируются и многие традиционные ценности.

Термин «символическая мать» позаимствован нами из словаря К.Г. Юнга [13]. Как отмечает Т.Л. Ляшенко, мать является воплощением самости, то есть существует самобытно, отдельно и независимо от действующего героя, являясь эпизодическим персонажем. Значимым представляется оказываемое на героя влияние и вертикально ориентированные отношения [4, с. 59-60].

Юнг описывает связанный с амбивалентным образом нечто ужасное, «мир мертвых» [14]. Оговоримся, что макабрический мотив не свойственен напрямую образу Софии (персонаж романа «Непобедимое солнце»), рассмотренный нами в статье, поэтому мы и дефиницируем архетип как «символическая», а не «хтоническая» мать, но можно отметить принадлежность символической матери – в широком смысле – к иной, потусторонней реальности, а также нечеловеческие черты, что будет пояснено далее на примерах.

Итак, начнем с исследования образа «примадонны» первого романа вампирской дилогии – Иштар Борисовны. Иштар является человеческим воплощением богини и головой великой Мыши – хтонической гигантской летучей мыши, по сюжету, породившей расу вампиров. Иштар Борисовна относится к Рама с первой встречи по-матерински. Е.В. Шерчалова указывает, что таким образом подчеркивается статус главного героя: он – еще «младенец» в новом для себя социуме [11, с. 82], поэтому Рама часто теряется, ведет себя смешно и несообразно, не знает социальных норм и попадает в нелепые ситуации: в любовном треугольнике он сильно отстает от соперника, Митры и, к примеру, совершенно по-детски засыпает во время вампирского капустника.

Отметим, что мы назвали героиню «примадонной» не просто так: во-первых, она действительно является «первой дамой» в вампирском сообществе, а во-вторых, в ее имени скрыта реминисценция на известную российскую эстрадную певицу – Аллу *Борисовну* Пугачеву.

Примечательно, что в последствии, после смерти Иштар Борисовны, новым воплощением и головой богини, новой Иштар становится Гера – возлюбленная Рама, что можно трактовать как аллюзию на Эдипов комплекс [12]. Следуя канону, Иштар Борисовна предупреждает Рама, что он должен опасаться Геры, однако тот предсказуемо не слушается.

Во втором романе дилогии, «Бэтман Аполло», отношения возлюбленных становятся мазохистскими и абьюзивными: Рама влюбляется в Софи, изменяет прежней возлюбленной Гере, чем причиняет ей боль – что, конечно же, с

сарказмом поясняет наставник Рамы, Энлиль Маратович, является насущной необходимостью, а не прихотью, и необходимо для организации работы и выживания всего вампирского сообщества. Впрочем, о незавидной женской доле героини говорит и ономастический код: не просто так она носит имя ревливой греческой богини.

Добавим, что и Гера действует в интересах Рамы, почти что по-матерински принимая и его детскость в первом романе, и юношество – во втором. Взросление героя остается за скобками истории: он появляется в качестве неназванного, на узнаваемого эпизодического персонажа в новелле Номо Overclocked (сборник «Transhumanism.Inc» (2021)), воплощая образ мудрого хранителя.

Далее рассмотрим еще один яркий образ матери, а именно фигуру Со (Софии) из романа «Непобедимое солнце», представленной в двух ипостасях – человека и божества.

Встреча главной героини и Со обставлена мистически: Саша видит во сне мечеть Айя-София, куда отправляется днем, и, в поисках места из сновидения («...я была уверена, что у моего сновидения есть какой-то контрапункт в реальности» [6, с. 51]), случайно знакомится с Со, которая впоследствии сыграет роль проводника для героини и окажется божественным созданием.

Со поддерживает Сашу и испытывает к ней материнские чувства: к примеру, именно она объясняет героине суть страшного, на первый взгляд, обряда вызова души Фрэнка после его смерти.

В кульминационном эпизоде Со теряет человеческий облик и становится божественным эоном – матерью Создателя физической реальности. Образ эона Софии близок к Богоматери – обратимся к описанию, данному ближе к финалу романа: «Я не могла различить ее лица – на его месте был только свет. Зато там, где полагалось быть сердцу, свет сгущался в ослепительный глаз, смотревший прямо на меня» [6, с. 651].

В «римской» истории [В. Пелевин использует композицию «роман в романе», повествуя параллельно о событиях, происходящих в современном мире и во времена правления Каракаллы и Элагабала (188-222 г., Рим) – прим. А.Г.] большее внимание уделено семейной теме в силу династических образов и кровным узам императоров. Так, отец Каракаллы умирает и некоторое время болеющего императора изображает кукла, что подчеркивает театрализованность власти и неискренность отношений внутри семьи.

И Со, и Иштар Борисовна (а затем, частично – Иштар Владимировна, т.е. Гера) – существа нечеловеческой природы, выступающие в роли матери по отношению к главному герою. Помимо упомянутых в статье, среди таких персонажей них можно назвать Жизель («Тайные виды на гору Фудзи») – «алхимическая женщина», биологически являющаяся мужчиной, Рысь («Непобедимое солнце») – подруга главной героини, чья «звериная» природа скрыта в ономастическом коде. Персонажи, которых частично можно отнести к образу матери – то есть те, кто опекает и оберегает главного героя или героиню, обладают магией, то есть способностью влиять на окружающий мир, зачастую нарушая естественные законы [2]. Нечеловеческая природа символической матери подчеркивается, с одной стороны, тяготением постмодернизма к гибридизации [10, с. 114], а с другой, рассуждениями В.Я. Проппа: фольклорист выявляет отказ такого персонажа от истинно материнских обязанностей и сохранение лишь некоторых атрибутов [9, с. 98].

В целом, образ родителя и родственника в целом занимает невысокое положение в иерархии пелевинских персонажей и мы имеем не так много примеров родителей, несмотря на достаточное внимание к детско-родительским отношениям: так, в рамках становления героя описывается сложный параноидальный характер матери будущего вампира Рамы, Саша – ребенок разведенных родителей, тётка Тани (роман «Тайные виды на гору Фудзи») – малозначимый персонаж, под негласным одобрением которой (или, как

минимум, на территории которой) происходит инициатический переход Тани из девочки в женщину; родители вообще не упоминаются.

Примечательно, что биологический отец – явление еще более редкое в персонажной парадигме В. Пелевина, чем мать. Отец Рама – шпион, отец Саши – крупный бизнесмен, и им обоим нет дела до своих детей. Таким образом, В. Пелевин в художественном мире отражает жизненный сценарий и незначительную роль мужчины в воспитании ребенка. Впрочем, образ безответного родителя встречается не только в отечественных произведениях: о проблеме инфантилизации взрослых, нашедшей отражение в современной западной художественной литературе, пишет Н.С. Зелезинская [1].

Но вернемся к героям Пелевина. «Символическим» отцом становится Тим – эон Львиноголовый, грозный Создатель (таким эпитетом его наделяет сам писатель), отличающийся такими типичными чертами архетипического отца, как властность и строгость. Схожим «отцом» эпохи становится Гольденштерн («Transhumanism Inc.»), однако эти герои функционально ближе к образу создателя, демиурга, а не родительской фигуры.

Семья как концепция в творчестве В. Пелевина распадается и оказывается имитацией человеческих отношений: так, вдобавок к рассмотренной ранее семье главной героини («Непобедимое солнце»), также скажем, что «дети» Со и Тима оказываются нанятыми актерами, то есть их семья – фикция: «Эти трое вовсе не наша семья, – сказал он. // – А кто они? // – Персонал, изображающий наших непутевых деток» [6, с. 421]. И, следуя ассоциациям, напоследок вспомним рекламный симулякр – идеальный образ семьи, сатирически обыгрывающий в романе «Generation “П”» традиционный рекламный сюжет о семейной идиллии [8, с. 233-234]. Семья и в позднем творчестве В. Пелевина остается фикцией, симулякром, который перекочевал в жизнь с телевизионных экранов, превращаясь в коммерческий символ и трансформируясь в капиталистическом мировоззрении.

Итак, в статье представлен анализ инвариантов ролевой модели символической матери. Отмечена неразрывная связь с магическим мотивом, а также близость к инициатическому мотиву: вертикаль отношений с главным героем позволяет либо показать его незрелость, либо выступает маркером перехода, трансформации главного героя. Подспудно исследование обнажает тему сирот и семьи в целом, профанации семейных ценностей в творчестве В. Пелевина, что представляется перспективным вопросом для дальнейшего исследования.

Список литературы

1. *Зелезинская Н.С. Архетип безответственного родителя в англоязычном подростково-молодежном романе XXI века // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2022. – Т. 14. – Вып. 3. – С. 95-105.*
2. *Ионин Л.Г. Новая магическая эпоха // Логос. – 2004. – № 2. – С. 156-173.*
3. *Кротова Д.В. Творчество В. Пелевина и традиции модернизма // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2017. – № 3(69): в 3-х ч. Ч. 3. – С. 29-32.*
4. *Ляшенко Т.М. Классификация женских архетипических образов в художественном тексте // Филология: научные исследования. – 2022. – № 2. – С. 54-65.*
5. *Нечепуренко Д.В. Характерология В.О. Пелевина: дисс. ... к. филол. н.: 10.01.01. – Челябинск, 2014. – 215 с.*
6. *Пелевин В.О. Непобедимое солнце. – М.: Эксмо, 2020. – 704 с.*
7. *Пелевин В.О. Empire V. – СПб: Азбука, Азбука-Аттикус, 2021. – 416 с.*
8. *Пелевин В.О. Generation «П». – СПб: Азбука, 2023. – 320 с.*
9. *Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. – СПб: Азбука, Азбука Аттикус, 2021. – 544 с.*

10. Хассан И. Культура постмодернизма // Современная западноевропейская и американская эстетика: Сборник переводов. – М.: Университет, 2002. – С. 113-123.

11. Шерчалова Е.В. Художественный мир позднего В.О. Пелевина (2000 – 2010-е годы): дис. ... канд. филол. н., 9.5.1. – М., 2023. – 194 с.

12. Эдипов комплекс // American psychological association [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.apa.org/oedipus-complex> (дата обращения: 21.10.2023).

13. Юнг К.Г. Архетипы и коллективное бессознательное. – М.: АСТ, 2020. – 224 с.

14. Юнг К.Г. Символы трансформации. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008. – 731 с.

Технологии и практики обучения в российских вузах. Межвузовское сотрудничество в мировом образовательном пространстве. Русский язык как иностранный

УДК 659.4

ББК 60.842.6

**ОТРАЖЕНИЕ СЕТЕВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
УНИВЕРСИТЕТОВ В ИМИДЖЕ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ**

А.Г. Афанасьева, Российский экономический университет имени

Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия

**THE REFLECTION OF THE NETWORK COOPERATION
OF UNIVERSITIES IN THE IMAGE OF A HIGHER EDUCATION
INSTITUTION**

A.G. Afanasyeva, Plekhanov Russian University of Economics,

Moscow, Russia

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам освещения сетевого сотрудничества университетов как части имиджа университета в глазах будущих абитуриентов и действующих студентов. Взаимодействие вузов друг с другом позволяет развивать академическую мобильность и преодолевать автономию вузов и их замкнутость внутри одной образовательной программы. Репрезентация вуза в электронном пространстве и освещение его имиджа с учетом совместных образовательных программ и сетевого сотрудничества позволяет сделать его имидж более многогранным.

Ключевые слова: PR образовательного учреждения, имидж вуза, сетевое сотрудничество вузов.

Abstract. This article is devoted to the issues of highlighting network cooperation between universities as part of the university's image in the eyes of future applicants and current students. The interaction of universities with each other makes it possible to develop academic mobility and overcome the autonomy of universities and their isolation within one educational program. Representing a university in the electronic space and highlighting its image, taking into account joint educational programs and network cooperation, makes it possible to make its image more multifaceted.

Key words: PR of an educational institution, university image, network cooperation of universities.

E-mail: aafanaseva345@gmail.com

Вопросы имиджа вуза рассматриваются Л.Р. Амирхановой [1], О.Н. Подоровой-Аникиной [2; 3], Г.А. Резник [4; 5], В.Л. Сидоровой [6] и других авторов. Так, Л.Р. Амирханова упоминает, что «многие российские государственные вузы (особенно в регионах) не успевают адаптироваться к новым социально-экономическим условиям и продолжают осуществлять образовательную, экономическую и информационную деятельность, сформировавшуюся в советский период, при этом не учитывая, что сложившийся в те времена «кредит доверия» общественности постепенно исчезает» [1, с. 234]. В современных условиях не вуз выбирает среди абитуриента, а абитуриент выбирает среди различных вузов – право подавать документы в несколько вузов ставит абитуриента в позицию выбора и дает ему право самостоятельно определить, какой именно вуз ему больше нравится.

Г.А. Резник отмечает, что имидж вуза «представляет образ, который формируется в сознании абитуриентов и их родителей, студентов, выпускников, работодателей и других целевых групп относительно конкретного учебного заведения высшего профессионального образования и образовательных продуктов и услуг, реализуемых им» [4, с. 118]. В PR-кампаниях вуза обычно отмечаются успехи выпускников, их трудоустройство, размещают на сайтах вуза текстовые и видео-отзывы, акцентируют внимание на студенческой жизни: спортивных соревнованиях, театральных постановках, волонтерских мероприятиях и т.д. Сетевое сотрудничество вуза, как правило, не упоминается в числе лидирующих позиций, в то время как это важнейшая особенность имиджа вуза, которую необходимо максимально высвечивать на сайте и в социальных сетях.

На примере РЭУ имени Г.В. Плеханова можно показать, что сетевое сотрудничество мало используется в PR-кампании вуза. Так, на сайте вуза по адресу <https://www.xn--p1ag3a.xn--p1ai/Sveden/inter> размещен перечень тех вузов стран СНГ и дальнего зарубежья, с которыми у РЭУ имени Г.В. Плеханова заключен договор о сетевом сотрудничестве. При этом на главной странице сайта присутствует вкладка «международное сотрудничество», где отражены договоры двойного диплома (<https://www.xn--p1ag3a.xn--p1ai/mejdunarodnaya-deyatelnost/dogovoryi-dvoynogo-diploma>), список вузов-партнеров (<https://www.xn--p1ag3a.xn--p1ai/mejdunarodnaya-deyatelnost/partner-universities>), иностранные преподаватели и иностранные обучающиеся вуза.

Вуз не снабжает эти позиции комментариями, не указывает, насколько хороши либо плохи те цифры, которые указаны на сайте – они просто представлены «явочным порядком». По нашему мнению, вузу необходимо усиливать данную позицию, более ярко и выпукло отмечать ее важность для потенциальных абитуриентов.

Социальные и политические обстоятельства 2022 и 2023 года усложнили взаимодействие с вузами других стран, в связи с чем многие вузы

переориентировались на сетевое сотрудничество внутреннего характера: совместные программы с различными вузами, программы двойных дипломов, стажировок и академической мобильности. Абитуриент в своем выборе может ориентироваться на эти позиции, планируя индивидуальную образовательную траекторию и продумывая свое движение в качестве бакалавра, а в последующем – магистранта и аспиранта.

Как отмечает В.Л. Сидорова, «проблемы и тенденции, существующие в России в области высшего образования, указывают на необходимость разработки новых подходов, практик, методологии в обучении, в предоставлении образовательной услуги вузом. Кроме того, с развитием рыночной экономики формируется понятие конкурентоспособности вуза как элемента социально-экономических отношений, которое проявляется и в качестве образовательной услуги, и в способах позиционирования.

Работа над имиджем вуза, над имиджем высшего образования в России позволяет не только создать систему идентификации различных вузов, но и является хорошим способом продвижения образовательных услуг, а значит, в рамках конкуренции повышения их качества.

Важно отметить, что имидж вуза – образ российского университета, который, так или иначе, влияет на имидж российского образования, на образовательную систему. Для того чтобы название вуза стало брэндом, необходима тщательная работа с его имиджем» [6, с. 17].

Работая над имиджем российского образования в целом, следует отмечать его мобильность и адаптированность к новейшим условиям: каждый вуз России, формируя свой имидж в глазах абитуриента и студента указывает на некий имплицитный паттерн «несломленности»: несмотря на радикальное изменение в обстоятельствах, вуз уверенно смотрит в будущее и предлагает своим абитуриентам индивидуализацию образовательной траектории.

Гуманитарное образование европейских университетов в гораздо большей степени ориентировано на индивидуализацию пути обучающегося: студент с

первого же курса сам выбирает интересные ему дисциплины, сам посещает занятия, которые представляются ему релевантными выбранной профессии и сам формирует свое расписание. Во многих университетах отсутствует понятие «1 курса», «2 курса» и т.д. как некой компактной группы – студент идентифицирует себя как студента первого года обучения, второго года обучения и т.д. Он посещает занятия по интересующим его дисциплинам вместе со студентами разных лет обучения, а концепция обязательного расписания группы отсутствует как таковая.

Российские вузы во многом формируют расписание и взаимодействие со студентами по образу и подобию школьного образования: студент обязан посещать определенные занятия, куратор контролирует его посещаемость, сдачу им зачетов и экзаменов. Сетевое сотрудничество с зарубежными вузами позволит обучающимся расширить свои представления не только о преподаваемой информации, но и об организации образовательного процесса.

Вот почему мы полагаем, что позиция сетевого сотрудничества должна максимально ярко и выпукло освещаться на сайте университета и входить во все PR-кампании вуза.

Список литературы

1. Амирханова Л.Р., Бикметов Е.Ю., Харисова А.З. Теоретические и методические аспекты исследования имиджа вуза // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2017. – № 2. – С. 234-249.

2. Подорова-Аникина О.Н., Пулькина В.А., Борисенко О.Ю. PR-кампания как инструмент продвижения образовательных услуг // Педагогический журнал. – 2020. – Т. 10. – № 3-1. – С. 47-54.

3. Подорова-Аникина О.Н. PR-кампания как инструмент продвижения образовательных услуг. // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления. – 2020. – № 25 (30). – С. 65-71.

4. Резник Г.А., Ежова Ю.В. Имидж вуза: сущность и основы формирования. // *E-Scio*. – 2019. – № 2 (29). – С. 117-122.

5. Резник Г.А., Пономаренко Ю.С., Колесникова А.С. Имидж как ключевой фактор выбора вуза // *Мир науки. Педагогика и психология*. – 2014. – № 4. – С. 7.

6. Сидорова В.Л. Формирование эффективного имиджа вуза // *Artium Magister* – 2008. – № 11. – С. 13-20.

УДК 811.58

ББК 811.71.1

О ДИСКУРСИВНЫХ ФОРМУЛАХ СОГЛАСИЯ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ РЕЧИ

*Бин Сюэ, Бурятский государственный университет имени Доржи
Банзарова, г. Улан-Удэ, Россия*

ON DISCURSIVE FORMULAS OF AGREEMENT IN RUSSIAN AND CHINESE SPEECH

Bing Xue, Banzarov Buryat State University, Ulan-Ude, Russia

Аннотация. Для современной лингвистики характерен большой интерес к живой непринужденной речи. В процессе обучения русскому языку как иностранному необходимо уделять особое внимание формированию навыков разговорной речи. В центре внимания автора настоящей статьи находится проблема изучения дискурсивных формул иностранными учащимися. Под дискурсивными формулами понимаются короткие устойчивые ответы, которые употребительны в разговорной речи. В статье проведено сравнение дискурсивных формул *согласия* в русской и китайской речи. Рассматриваются некоторые дискурсивные формулы согласия на основе изученного материала по указанной теме.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, китайский язык, дискурсивные формулы, речевые стимулы, согласие.

Abstract. Modern linguistics is characterized by great interest in lively, informal speech. In the process of teaching Russian as a foreign language, it is necessary to pay special attention to the

development of speaking skills. The author of this article focuses on the problem of learning discursive formulas by foreign students. Discursive formulas are understood as short, stable answers that are used in colloquial speech. The article compares discursive formulas of agreement in Russian and Chinese speech. Some discursive formulas of agreement are considered based on the studied material on this topic.

Key words: Russian as a foreign language, Chinese language, discursive formulas, speech stimuli, agreement.

E-mail: 1973641358@qq.com

Известно, что в процессе обучения русскому языку как иностранному необходимо уделять особое внимание формированию навыков разговорной речи. Разговорная речь как одна из функциональных разновидностей литературного языка реализуется в ситуациях непринужденного общения, когда мы говорим со своими друзьями, однокурсниками, родными. В повседневной речи русские используют иные конструкции, чем, к примеру, в официальной ситуации. Существуют фонетические, лексические, морфологические, синтаксические особенности разговорной речи. Для разговорной речи также характерна образность и эмоциональность.

Для современной лингвистики, как мы знаем, характерен большой интерес к живой непринужденной речи. Разговорная речь – это наиболее прямой и естественный способ повседневного общения лицом к лицу, включающий в себя как слова, которые мы произносим, так и невербальную информацию, которую мы передаём в процессе общения, например, тон, скорость речи и язык тела. Земская Е.А. считает, что к характеристикам разговорной речи относятся непринуждённость, неофициальность отношений между говорящими, неподготовленность речи, непосредственное участие говорящих в акте коммуникации, устная форма как основная форма реализации, сильная опора на внеязыковую ситуацию, использование невербальных средств коммуникации (жесты и мимика); преимущественное функционирование в жанре диалог, принципиальная возможность смены говорящий – слушающий [1, с. 11-12].

Многие иностранные студенты считают, что самый эффективный способ улучшить свою разговорную речь – это смотреть российские фильмы и мультфильмы, а также современные русские сериалы. При таком подходе они замечают многие интересные вещи. Например, герой сериала не просто говорит «да» или «нет», выражая согласие или несогласие, а использует незнакомые иностранным студентам фразы. Допустим, это могут быть такие фразы, как «так и быть» или «ещё чего». Такие короткие ответы называются дискурсивными формулами [3].

В настоящей работе на основе изученной литературы по исследуемой теме предпринимаем попытку провести небольшое сравнение подобных формул в русской и китайской разговорной речи.

Дискурсивные формулы – это короткие устойчивые ответы, которые используются в разговорной речи, например: «*Так точно! Ну что ты! Так и быть!*» В основном, эти формулы выражают положительные или отрицательные реакции на слова собеседника. Можно сказать, что в большинстве они – синонимы слов *да* и *нет* [3].

Весьма интересным и полезным представляется нам проект Школы лингвистики НИУ ВШЭ «Pragmaticon. Русские дискурсивные формулы». Разработчики собрали список дискурсивных формул для русского языка и предложили формат их описания.

«Дискурсивные формулы всегда представляют собой целые законченные предложения. Важными характеристиками предложения, отображающими иллокутивную силу соответствующего высказывания, являются интонация и прагматическая жестикуляция – они необходимы для описания» [2, с. 15].

Важно отметить, что не все короткие устойчивые ответы являются дискурсивными формулами [2, с. 12]. Сравним:

1. «Смотри, мальчик вошёл в комнату». – «Кто он?». В этом диалоге ответ является стандартной речевой реакцией на ситуацию и относится к рутинам.

2. «Я помог тебе передать материалы преподавателю». – «Спасибо». – «Не за что». Аналогично, ответ «Не за что» является стандартной речевой реакцией на ситуацию и относится к рутинам.

3. «Не рассказывай ей». – «Никаких проблем». Здесь ответ «Никаких проблем» является дискурсивной формулой. Этот диалог представляет собой пример использования дискурсивной формулы, в то время как первый и второй диалоги содержат стандартные речевые реакции на ситуации.

Использование различных дискурсивных формул в диалоге может напрямую выражать реакцию собеседника. Благодаря помощи русских студентов мы обобщили некоторые формулы. Например, если выражать реакцию на отрицание, можно использовать «*Не скажи! Да ну*». Если выражать реакцию на разрешение, можно в ответ сказать: «*Ну и хорошо. Только рада буду*».

В повседневной жизни мы можем заметить, что *согласие* играет большую роль в словесном выражении. Поэтому данная статья посвящена рассмотрению понятия *согласия* и изучению дискурсивных формул для выражения *согласия*. Рассмотрим, какие дискурсивные формулы согласия частотны в русской разговорной речи. На основе изученного материала по рассматриваемой теме опишем некоторые дискурсивные формулы в виде таблицы [2, с.17]. Итак, в таблице 1 в качестве примера представлена классификация дискурсивных формул *согласия*. Она включает формулы, применимые в трёх типах речевых актов: выражение мнения, просьбы и требования. Источником материала для данного исследования послужили разговоры русских студентов и российские сериалы.

Положительные дискурсивные формулы и речевые акты

Таблица 1

Собеседник	Говорящий	ДФ согласия
Мнение [Р]	поддерживает инициативу Р	<i>Я не против</i> <i>Как вариант</i>
Мнение [Р]	перенимает точку зрения Р	<i>Так и сделаем</i> <i>Это мысль</i> <i>Я так и думаю</i>
Мнение [Р]	предлагает Р выбрать удобный ему/ей вариант	<i>Как скажешь</i>
Просьба [Р] (говорящий задействован в Р)	с неохотой соглашается на Р	<i>Так и быть</i> <i>Да успокойся</i>
Просьба [Р] (говорящий задействован в Р)	охотно соглашается на Р	<i>С радостью</i> <i>С удовольствием</i>
Просьба [Р] (говорящий задействован в Р)	легко соглашается на Р	<i>Никаких проблем</i>
Требование [Р]	с готовностью соглашается сделать то, что хочет Р	<i>Так точно</i> <i>Не вопрос</i>

Эта таблица представляет различные сценарии взаимодействия между собеседником и говорящим, а также соответствующие дискурсивные функции и речевые акты согласия, которые могут использоваться в таких ситуациях. Например:

- Когда собеседник выражает своё мнение и поддерживает инициативу, говорящий может ответить фразами *Я не против* или *Как вариант*.
- Если собеседник перенимает точку зрения говорящего, тот

может сказать *Так и сделаем*, *Это мысль* или *Я так и думаю*.

- В случае просьбы говорящий может согласиться с неохотой, охотно или легко, используя разные фразы в зависимости от контекста *Так и быть*.

- При требовании говорящий может согласиться сделать то, что хочет собеседник, сказать *Так точно* или *Не вопрос*.

В китайском языке также существуют похожие дискурсивные формулы. Однако некоторые формулы, приведенные в таблице 1, не могут быть применимы в китайском языке, например, *Как вариант* или *Так точно*. В китайском языке обычно не используются эти две формулы для выражения согласия.

Мы выбрали несколько дискурсивных формул, указывающих на *согласие* (из таблицы 1), и выяснили, какие дискурсивные формулы выбрали бы китайские студенты для ответа в подобных ситуациях.

Согласие: русские и китайские дискурсивные формулы. Фрагмент

Таблица 2

Речевой акт стимула	Китайский			Русский		
	好吧	没问题	我不反对	так и быть	не вопрос	я не против
Сит. 1. Просьба о помощи: <i>Ты мне поможешь?</i> <i>你可以帮帮我吗?</i>		没问题			не вопрос	
Сит 2. Требование: <i>Дай мне знать.</i> <i>和我说说。</i>	好吧	没问题		так и быть	не вопрос	
Сит 3. Предложение: <i>Пошли в кино!</i> <i>一起去看电影吧!</i>	好吧	没问题		так и быть	не вопрос	я не против

Сит разрешения: <i>Можно я пойду?</i> <i>我可以走了吗?</i>	4. Просьба		没问题	我不反对	так и быть	не вопрос	я не против
---	------------	--	-----	------	------------	-----------	-------------

Этот набор данных содержит сравнение речевых актов стимула на китайском и русском языках в четырёх различных ситуациях: просьба о помощи, требование, предложение и просьба разрешения. Сравним:

1. Речевые акты стимула:

На русском языке: «так и быть», «не вопрос», «я не против».

На китайском языке: «好吧» (так и быть), «没问题» (не вопрос), «我不反对» (я не против).

2. Ситуации:

Просьба о помощи: Представлены вопросы на обоих языках и соответствующие ответы.

Требование: Предложены фразы, используемые для выражения согласия на требование на обоих языках.

Предложение: Показаны фразы, которые могут быть использованы для выражения согласия на предложение о походе в кино.

Просьба разрешения: Представлены вопросы и фразы, которые могут быть использованы для выражения согласия на запрос разрешения.

В целом, в обоих языках существуют схожие фразы и речевые акты, которые могут быть использованы в схожих ситуациях. Фразы «好吧» и «так и быть» могут использоваться для выражения согласия на предложение, в то время как «没问题» и «не вопрос» подразумевают отсутствие проблем. Некоторые различия могут быть обусловлены культурными и лингвистическими особенностями каждого языка.

Подобные сравнения помогают понять, какие речевые акты и фразы используются для выражения согласия в различных ситуациях и на разных языках.

Подводя итоги, подчеркнём, что дискурсивные формулы важны для развития навыков разговорной речи иностранных студентов. Все они используются как положительные или отрицательные реакции на слова собеседника. Они могут использоваться в самых разных диалоговых ситуациях и отвечать на интенцию говорящего, используя различные средства при выражении «да» и «нет» [2, с. 23]. Нами планируется работа над детальным изучением различных дискурсивных формул в русском и китайском языках в сравнительном аспекте.

Список литературы

1. Земская Е.А. *Русская разговорная речь. Лингвистический анализ и проблемы обучения: учебное пособие.* – М.: Флинта, 2021. – 240 с.

2. Рахилина Е.А, Бычкова П.А, Жукова С.Ю. *Речевые акты как лингвистическая категория: дискурсивные формулы // Вопросы языкознания.* – 2021. – № 2. – С. 7-27.

3. Козюк Е. *Скажи «да» по-русски: зачем нужен «Прагматикон» / Евгения Козюк [Электронный ресурс]. URL: <https://sysblok.ru/linguistics/skazhi-da-po-russki-zachem-nuzhen-pragmatikon/?ysclid=lv0d6hz3q565964062> (дата обращения: 15.04.2024).*

4. НИУ ВШЭ «Pragmaticon» [Электронный ресурс]. URL: <https://pragmaticon.ruscorpora.ru/> (дата обращения: 11.04.2024)

УДК 378.016:81.161.1

ББК 74.480.6

О СРЕДСТВАХ ТЕАТРАЛИЗАЦИИ НА УРОКАХ РКИ

Даолисэнь, Бурятский государственный университет имени Доржи

Банзарова, г. Улан-Удэ, Россия

ABOUT THEATERIZATION MEANS IN THE LESSONS OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

Daolisen, Banzarov Buryat State University, Ulan-Ude, Russia

Аннотация. Настоящая статья посвящена описанию некоторых эффективных средств обучения русскому языку как иностранному во время проведения внеаудиторных мероприятий. Автор на основе изученной научной и методической литературы предпринимает попытку рассмотреть вопрос об использовании технологии эдьютейнмент, в частности, театрализации на занятиях с иностранными студентами, изучающими русский язык как иностранный. В статье представлена разработка урока по мультфильму для студентов среднего и продвинутого этапов обучения с последующей его инсценировкой. Результаты работы в группе иностранных учащихся подтверждают эффективность использования мультимедийных ресурсов и средств театрализации в обучении русскому языку как иностранному. Такая работа способствует более глубокому погружению студентов в языковую и культурную среду, а также развитию творческих способностей учащихся, раскрытию их потенциала, мотивирует их изучать русский язык.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, эдьютейнмент, театральная технология, мотивация.

Abstract. The article discusses effective methods for teaching Russian as a foreign language through extracurricular activities. Drawing from scientific and methodological literature, the author explores the use of edutainment technology, specifically incorporating theatrical elements in classes with foreign students learning Russian. The article details the creation of a lesson centered around the animated film for intermediate and advanced students. Results show that integrating theatrical elements and multimedia resources is beneficial for teaching Russian to foreign students, enhancing their immersion in the language and culture, fostering creativity, unleashing their potential, and inspiring them to learn Russian.

Key words: Russian as a foreign language, edutainment, theater technology, motivation.

E-mail: dolsonserennimyn@gmail.com

Современная система обучения РКИ, как отмечают преподаватели, ставит перед собой практическую задачу обучения общению. По их мнению, сегодня образовательные системы разных стран, в особенности в контексте языкового обучения, претерпели серьезные изменения и приобрели новые социокультурные и социоигровые аспекты [5].

Так, например, все большую популярность набирает эдьютейнмент – игровое обучение. Данный термин представляет собой заимствование с английского языка (education – «обучение» и entertainment – «развлечение»).

Игровое обучение предполагает использование технологий языкового образования, которые, благодаря сочетанию технических и дидактических инструментов, позволяют достичь максимальной эффективности обучения.

На основании изученной литературы можно сделать вывод о том, что несмотря на отсутствие общепринятого русского эквивалента, *эдьютейнмент* базируется на российской концепции обучения через развлечения, театр и игру, уходя корнями в идеи Л.В. Выготского [5, с. 192].

Сейчас на уроках иностранных языков происходит увеличение использования альтернативных методов и подходов в обучении, которые черпают вдохновение из областей искусства, спорта, нейропсихологии и др. Это привело к разработке новых программ и технологий, специально адаптированных к современным потребностям изучающих иностранный язык.

Такая тенденция способствовала успешному переходу от традиционных методов обучения к более активным, способствовала началу формирования новой педагогической концепции, получившей название *эдьютейнмент*. Смысл этой технологии заключается в том, что знания должны быть представлены доступным, простым и увлекательным образом [5, с. 193]. Все вышеперечисленные факторы могут быть реализованы в рамках концепции «косвенного» обучения [3, с. 45], включающей приемы драматической обработки материала. Это мотивирует студентов изучать не только язык, но и литературу, историю театра и культуру. Для более глубокого понимания культуры необходима не только аудиторная работа, но и внеаудиторная деятельность преподавателя.

Внеаудиторная работа очень важна для изучения иностранных языков. Внеурочная деятельность помогает студентам развить навыки понимания текстов на слух и навыки чтения на русском языке, а также позволяет им погрузиться в русскую культуру и атмосферу. Для этого многие преподаватели обязательно работают над организацией внеурочной деятельности, для того чтобы студенты могли расширить свой круг общения, улучшить знание иностранного языка, развить свои творческие способности и умения. Внеурочная

деятельность также помогает учащимся развивать лидерские качества, обучаться работе в команде и учиться решать проблемы самостоятельно. Важно создавать разнообразные клубы, кружки и секции, которые будут интересны, доступны каждому иностранному учащемуся. Также нужно поощрять участие студентов в конкурсах и проектах, которые способствуют раскрытию их талантов и способностей. Важно, чтобы внеурочная деятельность была не только полезной, но и увлекательной, что позволит учащимся с удовольствием проводить время после учебы и развиваться в различных направлениях. Все это помогает им адаптироваться к новой среде, улучшить свои языковые и речевые навыки, способствует мотивации к изучению языка.

Внеаудиторная работа, на наш взгляд, может быть проведена с использованием театральных средств в рамках творческого эдьютейнмента. Театрализация включает использование разнообразных техник в образовательном процессе, таких, например, как деловые или ролевые игры, а также можно использовать элементы театра, гармонично интегрировать их в учебную деятельность. Работа актера может помочь студентам глубже понять состояние персонажа в данной ситуации, и, следовательно, мотивы и цели их действий, и даже обнаружить в тексте то, что автор иногда не выражает прямо. Адаптация текста для сцены является одним из наиболее эффективных упражнений, как указывается преподавателями-практиками. Это сложный, но интересный процесс перевода текста в форму, пригодную для сценического представления. Такой подход отличается высоким творческим потенциалом и предоставляет широкие возможности для активного участия учащихся в различных театральных представлениях. По завершении работы над адаптацией текста можно провести презентацию, можно предложить подготовить афишу, а также можно запланировать защиту творческих работ учащихся, что уже является проектной деятельностью.

Можно с уверенностью сказать, что театральные представления становятся ключевым методом реализации эдьютейнмента в контексте преподавания

русского языка как иностранного. Этот подход часто связан с активацией подсознательных психических процессов, которые влияют на эффективность учебного процесса по освоению иностранного языка у учащихся, аналогично их игровой деятельности.

Театральные постановки в контексте уроков русского как иностранного имеют долгую историю. Методы театрализации основаны на принципах игры и подражания и широко используются в преподавании языков на всех уровнях образования, включая школы и университеты. Практикующие преподаватели отмечают, что эти методы действительно стимулируют изучение русского языка, помогая студентам правильно интерпретировать литературные произведения и формировать личное впечатление.

Отметим, что в обучении РКИ особое внимание уделяется игре и театральным представлениям в контексте «собственно роли». Это включает не только запоминание роли в театре, но и переживание определенной речевой ситуации, развитие своего коммуникативного поведения и способности действовать в заданных обстоятельствах и временном контексте. Для того чтобы заинтересовать и вовлечь студентов, преподаватель РКИ должен обладать определенными актерскими навыками. Во время внеурочных занятий преподаватель вместе со своими студентами становится актером, учится играть разные роли, что сближает их и позволяет чувствовать себя партнерами. Считаем, что это положительный момент в совместной деятельности преподавателя и студента.

Итак, для достижения мотивации и, следовательно, хороших результатов, преподаватель должен использовать различные методы обучения РКИ и включать в учебный процесс новые технологии [1, с. 32], в числе которых театральная технология. Рассмотрим возможности занятия с элементами театрализации после просмотра мультфильма.

Известно, что одной из основных задач преподавателя РКИ является создание разнообразных ситуаций общения на занятиях, ознакомление студентов

с культурной средой изучаемого языка. Это помогает студентам не только улучшить свои языковые навыки, но и погрузиться в культуру и обычаи страны, где используется данный язык. Для достижения этой цели могут быть использованы аутентичные материалы, такие, например, как различные видеофильмы, мультфильмы, фильмы. Они помогут реализовать основное требование коммуникативной методики, а именно представить процесс изучения языка как знакомство с иностранной культурой. Введение видео в учебный процесс делает урок более интересным, расширяет кругозор иностранных студентов и их знания о культуре и традициях страны изучаемого языка [4, с. 198], а также помогает сформировать навыки речевого этикета. Видеофильмы, как указывают преподаватели, оказывают значительное эмоциональное воздействие на студентов. Для успешного и захватывающего образовательного процесса преподавателю, безусловно, следует тщательно и методически верно использовать видео во время своих уроков. Исследуя необходимую педагогическую литературу, можно заметить, что видеоматериалы рекомендуется применять раз в неделю, длительность занятия при этом составляет от 45 мин до 1 ч. Специалисты в области методики обучения РКИ советуют применять короткие по длительности видео, продолжительность которых составляет от 30 секунд до 5-10 минут, полагая, что такое видео может обеспечить активное участие учащихся на протяжении всего просмотра. В соответствии с учебными целями преподаватель решает, какой длительности видеофрагменты использовать: короткие – для глубокого изучения, длинные – для поверхностного изучения [2, с. 62].

Предлагаем разработку мультфильма «Просто так» для китайских студентов уровня А2 и выше. Данная работа может быть проведена в рамках различных кружков или во время проведения, например, Летних школ русского языка. Для удобства предлагаем использовать сайт LearningApps.org. Отметим, что на этом сайте можно создавать интересные викторины, самые различные задания и т.п.

Работа с мультфильмом «Просто так».

Тема: «Русские мультфильмы».

Цель: познакомить учащихся с русскими мультфильмами; способствовать развитию интереса к русской культуре и русскому искусству; развитию творческих способностей через театральную постановку.

Задачи:

1. Показать учащимся мультфильм «Просто так» и обсудить его сюжет.
2. Провести анализ мультфильма с точки зрения его нравственного содержания и поучительных моментов.
3. Поддержать интерес учащихся к российским мультфильмам и побудить их к самостоятельному изучению других российских мультфильмов.
4. Предложить учащимся инсценировку мультфильма. Разделить группу на подгруппы, предложить им создать свою театральную постановку, основанную на сюжете мультфильма.
5. Подвести итоги.

Инструменты и ресурсы:

Мультфильм «Просто так».

Материалы для создания театральных постановок.

Проектор и экран для просмотра мультфильма.

Ход занятия:

1. Вводный этап.

1. Организационная работа. Введение в языковую среду.
2. Речевая разминка. Предлагаем поговорить о мультфильмах.

Какие российские мультфильмы вы знаете? Может быть, у кого-то есть свои любимые?

Студенты могут поделиться своими предпочтениями, преподаватель может активно участвовать в обсуждении, задавая дополнительные вопросы и выражая свое мнение: «Интересно, почему вы предпочитаете именно эти мультфильмы? Что в них вам нравится больше всего?» Это может стимулировать общение на

русском языке, помогая студентам активно использовать языковые навыки в реальной ситуации и делиться своими интересами.

Основной этап. Предлагается игра.

Задание 1. Найдите соответствующие картинки (<https://learningapps.org/watch?v=pcr0sa7qk24>)

Если студенты затрудняются, можно дать подсказки (Приложение 1).

Приложение 1.

Новые слова	Перевод
Ослик	驴
Белка	松鼠
Медведь	熊
Собака	狗
Цветы	花
Орех	坚果

Задание 2. Найдите соответствия.

(<https://learningapps.org/watch?v=pvcmbw4z324>)

Имя существительное	Имя прилагательное
Собака	Грустный
Медведь	Веселый
Цветы	Большой
Орехи	Маленький

3. Просмотр мультфильма «Просто так».

Преподаватель показывает мультфильм. После просмотра учащимся предлагается обсудить мультфильм по плану:

1. *Обсуждение сюжета: о чем мультфильм?*
2. *Описание героев: как они выглядят?*
3. *Отношения между героями: какие они?*
4. *Диалоги персонажей: о чем они говорят?*
5. *Финал мультфильма: чем он заканчивается?*

4. Выполнение заданий по сюжету мультфильма. Предлагаем провести небольшую викторину по сюжету мультфильма.

(<https://learningapps.org/watch?v=ptg9gkfna24>)

Вопросы	Ответы
1. Что у мальчика?	Конфеты Цветы* Орехи
2. Кому мальчик подарил цветочки?	Мишке Белочке Ослику*
3. Кому ослик подарил цветочки?	Собачке* Белочке Мишке
4. Кому собачка подарила цветочки?	Ослику Мишке* Белочке
5. Что у мишки в корзине?	Орехи* Цветы Конфеты
6. Кому мишка подарил орехи?	Ослику Белочке* Собаке

Можно предложить студентам посмотреть фрагмент мультфильма еще раз, а затем написать диалоги по его сюжету.

Диалоги мультфильма:

1. Ослик: Это мне? Мальчик: Тебе... Ослик: А за что? Мальчик: Просто так!	3. Собачка, мишка: Ой! Мишка: Это мне? Собачка: Тебе. Мишка: А у меня ничего нет. Собачка: А я дарю тебе просто так. Мишка: Просто так? Просто так? Просто так...
--	--

2. Собачка: Это все мне? Ослик: Тебе! Тебе! Собачка: А за что? Ослик: Так, просто так, просто так.	4. Белочка: Это мне? Мишка: Те..тебе. Белочка: Ааа, за что? Мишка: Просто так.
---	---

Преподаватель раздаёт студентам реплики с нарушенным порядком слов и просит восстановить правильный порядок. Затем студенты просматривают эпизод с диалогом из мультфильма и проверяют правильность выполнения задания.

Заключительный этап. Рефлексия. Преподаватель подводит итоги работы. Дает возможность высказаться каждому. Мультфильмы смотрят все: и дети, и взрослые. Сюжеты мультфильмов бывают разными: интересными, познавательными, весёлыми, грустными. И каждый может узнать что-то новое, что-то полезное. Что вы узнали нового? Вам понравился этот мультфильм? Почему? Посоветуете ли вы посмотреть его своим друзьям?

После просмотра и обсуждения мультфильма предлагается конкурс театральных представлений. Чтобы помочь студентам лучше понять эмоциональное состояние персонажа (например, ослика) в предложенных обстоятельствах и мотивы его поступков, преподаватель организует конкурс театральных постановок. Студентов делят на две команды, и они готовятся в течение 30 минут. Персонажи: мальчик, собака, медвежонок, ослик, белка.

Подведение итогов этой работы. Преподаватель оценивает по разработанным критериям.

В качестве домашнего задания можно дать следующее: нарисовать афишу этого мультфильма.

В заключение отметим, что проведение внеаудиторных мероприятий с применением технологии эдьютейнмент является достаточно эффективным средством обучения иностранному языку. Считаем, что такая методика не только может заинтересовать студентов, но и мотивировать их на дальнейшее изучение языка, изучение культуры изучаемого языка.

Список литературы

1. Белоглазова О.Ю. Современные технологии реализации лингвокраеведческого потенциала в практике обучения русскому языку как иностранному / О. Ю. Белоглазова // Университетские чтения. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. – Пятигорск: ПГЛУ. – 2015. – С. 31-36.
2. Леонтьева Т. П. Опыт и перспективы применения видео в обучении иностранным языкам / Т. П. Леонтьева // Нетрадиционные методы обучения иностранным языкам в вузе. Материалы республиканской конференции. – Минск. – 1995. – С. 61-74.
3. Московкин Л. В. Непрямое обучение русскому языку как иностранному. В кн.: Т. Солдатенкова, Л. Шипелевич (ред.) / Московкин, Л. В. // Человек. Сознание. Коммуникация. Интернет. VI Международная научная конференция «Русский язык в языковом и культурном пространстве Европы и мира». – Лёвен, Бельгия. – 2014. – № 6. – С. 45-53.
4. Федотова И. Б. Лингвострановедческий аспект в практике коммуникативного обучения русскому языку как иностранному в условиях поликультурной среды Северного Кавказа / И. Б. Федотова // Методика преподавания РКИ: традиции и современность. Сборник материалов научно-практической конференции (к сорокалетию кафедры преподавания РКИ) под общ. ред. М.Н. Русецкой и М.А. Осадчего. – Москва. – 2015. – С. 198-204.
5. Кобзева Н. А. Edutainment как современная технология обучения / Кобзева, Н. А. // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – т. 2, № 4. – С. 192-195.

УДК 811.161.1

ББК 80

**К ВОПРОСУ ОБ ИЗУЧЕНИИ ПАРОНИМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ
НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ
НА ОСНОВНЫХ КУРСАХ ВОЕННОГО ВУЗА**

*Е. А. Трушина, Филиал федерального государственного казенного
военного образовательного учреждения высшего образования «Военная
академия материально-технического обеспечения имени генерала армии А.В.
Хрулёва» Министерства обороны Российской Федерации в г. Пензе, г. Пенза,
Россия*

**ON THE ISSUE OF STUDYING PARONYMIC VOCABULARY
IN CLASSES OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE IN THE BASIC
COURSES OF A MILITARY UNIVERSITY**

*Е. А. Trushina, The Branch of the Federal State-owned Military Educational
Institution of Higher Education “Military Educational Institution of Logistics named
after General of the Army A.V. Khrulyov” of the Ministry of Defence of the Russian
Federation in Penza city, Penza, Russia*

Аннотация. В статье говорится о важности изучения паронимической лексики для формирования и развития коммуникативной компетенции обучающихся основных курсов военного вуза. Приводится система заданий при изучении паронимов с иностранными курсантами, владеющими русским языком на уровне B2.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, коммуникативная компетенция, иностранные обучающиеся, паронимическая лексика.

Abstract. The article deals with the importance of studying paronymic vocabulary for the formation and development of communicative competence of students of the basic courses of a military university. The author offers a system of tasks for studying paronyms with foreign cadets who speak Russian at the B2 level.

Key words: Russian as a foreign language, communicative competence, foreign students, paronymic vocabulary.

E-mail: rousebude@rambler.ru

Для успешной коммуникации на русском языке в профессиональной и социально-бытовой сферах иностранные обучающиеся военного вуза должны не только пользоваться определённым лексическим минимумом в соответствии с требованиями к уровню владения языком, но и иметь представление о таких лексических явлениях, как антонимы, синонимы, омонимы и паронимы. Грамотное использование паронимической лексики в устном и письменном общении говорит о сформированности коммуникативной компетенции курсантов.

В тестовых материалах на уровень ТРКИ в обязательном порядке присутствуют задания на правильное употребление паронимов, например: «Книги были переданы библиотеке по ... : А. описанию; Б. писанию; В. описи; Г. описке; Студенты получили ... перевести незнакомые слова на родной язык: А. задание; Б. задаток; В. задачу; Г. запрос» [2, с. 23]. Но курсанты должны знать паронимы русского языка и уместно их употреблять не только для сдачи экзамена на уровень В2 на пятом курсе, но и для успешной коммуникации как в быту, так и в профессиональной сфере.

Как справедливо отмечает Т.В. Страмнова, «паронимия дает богатый материал для «украшения» речи, усиливая выразительность, действенность и эмоциональное воздействие на слушателя (читателя). Однако для учащихся, изучающих русский язык как иностранный, паронимия является одним из источников «трудностей» речи, поскольку сходство слов вообще и тем более сходство структурное создает основу для их контаминации в процессе речепорождения, кроме того, паронимы в одном языке не обязательно являются паронимами в другом языке» [6, с. 7].

Ошибки при употреблении паронимов зачастую допускают и носители языка (всем известные пары *надеть – одеть, роспись – подпись, представить – предоставить*), в связи с этим неудивительно, что иностранные обучающиеся испытывают трудности при понимании и использовании паронимов. Так,

курсант из Сирии на занятии неоднократно удивлялся большому количеству синонимов в русском языке, не понимая, зачем нужно несколько разных слов для выражения одного понятия. Паронимы тем более вызывают у учащихся множество вопросов, поэтому проблема изучения паронимической лексики традиционно интересует преподавателей русского языка [3], в том числе и русского языка как иностранного [1; 6].

Паронимы – слова, которые имеют похожее звучание, но различаются по лексическому значению. Паронимы образуют паронимические пары, относятся к одной части речи. Паронимов в современном русском языке относительно немного, но трудности с ними возникают традиционно даже у тех, для кого русский язык является родным, не говоря уже об иностранных обучающихся. Больше всего паронимов у имен существительных. Можно назвать несколько словарей паронимов – Колесникова Н.П. [4], Снетовой Г.П. [5] и др.

В филиале ВА МТО им. А.В. Хрулёва курсанты изучают паронимы на четвертом курсе, когда имеют достаточный уровень языковой подготовки [7, с. 80-83]. Перед знакомством с явлением паронимии курсантам предлагается вспомнить, что представляют собой синонимы, антонимы, омонимы, привести примеры. Затем можно предложить несколько примеров общеизвестных паронимов и спросить обучающихся, слышали ли они их когда-нибудь. Обычно курсанты отвечают, что слышали, но значений не знают и различий между подобными словами тоже. Поэтому преподаватель должен разработать такую систему заданий, чтобы облегчить учащимся понимание темы и ввести паронимы в активную коммуникацию.

Для работы на занятии мы выбрали паронимы, часто употребляемые в речи, а также паронимы, имеющие отношение к военной лексике.

Курсантам предлагается найти паронимы и попытаться объяснить их значение исходя из контекста:

1. После окончания военной академии этот курсант будет дипломированным специалистом. 2. Лаосскому курсанту нужно написать

дипломный проект к маю. 3. Между Россией и Камбоджей прочные дипломатические отношения. 4. Наш начальник курса очень дипломатичный, всегда разговаривает с курсантами вежливо.

Затем учащиеся выполняют следующие задания:

Задание 1. Объясните разницу между приведенными ниже словами.

Дымный – дымовой – дымящийся, абонемент – абонент, экономия – экономика, невежа – невежда, тактичный – тактический, надеть – одеть, командированный – командировочный, длинный – длительный, представить – предоставить, гуманный – гуманитарный, мирный – мировой, военный – воинский.

Задание 2. Употребите паронимы в сочетании с прилагательными и существительными, данными в скобках (паронимы различаются не только по значению, но и по сочетаемости с другими словами).

1. Гарантированный, гарантийный (работа, мастерская, паспорт, ремонт, срок). 2. Генеральный, генеральский (план, звание, погоны, уборка квартиры, сражение). 3. Абонент – абонемент (концертный, библиотечный, молодой, просроченный, недоступный). 4. Экономичный, экономический, экономный (факультет, машина, способ изготовления детали, институт, кризис, друг). 5. Военный, воинский (учет, специальность, звание, промышленность, присяга, учения, устав, служба, слава, форма, история, тайна, самолет, академия, врач, годы).

Задание 3. Выберите нужное слово или словосочетание.

1. Курсант надеялся, что его ответ сегодня на занятии будет (удачливым, удачным). 2. Когда заходите в поликлинику, (надевайте – одевайте) бахилы. 3. (Абонемент, абонент) находится вне зоны действия сети. 4. Мобилизованные явились на (сборочный – сборный) пункт. 6. Любой (поступок – проступок) курсанта заслуживает наказания. 7. Курсант должен (представить – предоставить) реферат через неделю. 8. В этой (гостиной, гостинице) живут в основном (командировочные, командированные).

Задание 4. Установите соответствия между определением и именем существительным.

<i>взрывной</i>	<i>сила</i>
<i>взрывчатый</i>	<i>волна</i>
	<i>работы</i>
	<i>вещество</i>
	<i>устройство</i>
	<i>характер</i>
	<i>смесь</i>

Задание 5. Вставьте вместо точек подходящие по смыслу слова *взрыв*, *взрыватель*, *взрывной*, *взрывчатый* в нужной форме.

1. Осколочные снаряды имеют оболочку, способную разделяться при ... на большое число осколков. 2. ... – механизм, сообщающий начальный импульс разрывному заряду артиллерийского снаряда, авиабомбы, мины и т. п. 3. ... вещества – химические соединения и смеси, обладающие способностью к очень быстрым химическим превращениям, сопровождающимся выделением тепла, образованием большого количества сильно нагретых газов, производящих разрушения. 4. ... работы – работы, связанные с использованием скрытой энергии ... веществ для разрушения твердых тел.

Задание 6. Найдите в предложениях ошибки, связанные с употреблением паронимов. Исправьте их.

1. Всем командировочным выдали командированные удостоверения. 2. Курсанты первого курса должны предоставить реферат по воинской истории. 3. Начальник курса представил увольнение этому курсанту. 4. За нетактическое поведение курсант получил замечание. 5. Трудно противопоставлять такому предложению. 6. Взрывательной волной выбило окна в соседских домах. 7. На конференции рассматривался вопрос о более эффективных методах преподавания. 8. Выводы докладчика были основанными. 9. В маршрутке вы должны заплатить проезд.

Изучение темы должно завершаться работой с текстом, например, по военной истории, нарочито насыщенным паронимами, в котором курсанты находят ошибочно употребленные слова, заменяют их на правильные, объясняют значение паронимов:

5 апреля 1242 года произошло сражение на Чудском озере, или Ледяное побоище, между немецким и русским войском. Русскими войсками командовал великолепный полководец князь Александр Невский.

Немцы настроились «клином»: по флангам рыцари и кони, в сердцевине – пехота. Позиция русского войска на высотном берегу была удобна тем, что немцы, наступавшие по льду, не могли определить расположение и численность русского войска.

После поражения передних русских отрядов заглавные силы отступили на лёд для решительного сражения. Лед под тяжестью рыцарей стал ломаться. Многие из них утонули. Часть немецких войск была полностью окружена русскими с флангов (подобный тактичный прием впервые использовал Александр) и уничтожена, а другие немецкие отряды отступили.

Новгородцы преследовали останки рыцарского войска по льду Чудского озера до противного берега.

Ледяное побоище стало первым случаем в истории воинского искусства, когда тяжкая немецкая конница была убита в бою войском, состоявшим в основном из пехоты.

День победы русских воинов князя Александра Невского над немецкими рыцарями на Чудском озере является величественным днем – днём военной славы России (отмечается 18 апреля).

В группах дальнего зарубежья необходимо дать слова для справок (ледовый, высокий, передовой, решающий, середина, тактический, остаток, военный, воинский, тяжелый, великий, построиться, главный, противоположный, разбит), группы ближнего зарубежья (Азербайджан, Таджикистан, Южная Осетия, Узбекистан) часто справляются с заданием

самостоятельно. Подобные задания вызывают большой интерес учащихся, дают им почувствовать себя «специалистами» по русскому языку.

После изучения темы курсантам на следующем занятии предлагается тест для проверки уровня усвоения материала:

Задание 1. Вставьте вместо точек необходимые по смыслу слова в нужной форме (значение всех паронимов в тесте было объяснено на предыдущем занятии) (табл. 1.).

Таблица 1 – Тест по паронимической лексике

Дымный Дымовой Дымящийся	1. На занятии мы изучали состав ... пороха. 2. Мы потушили ... костер. 3. Солдаты в качестве маскировки использовали ... завесу
Абонемент Абонент	1. У меня есть ... в спортзал на год. 2. ... недоступен, попробуйте перезвонить позже
Экономный Экономический	1. Моя жена очень ..., никогда не купит ничего лишнего. 2. Мой брат учится в институте на ... факультете
Тактичный Тактический	1. Командир приказал осуществить опасный ... маневр. 2. Наш новый офицер очень ..., всегда говорит с нами вежливо
Надевать Одевать	1. Когда холодно, курсанты ... зимнюю форму. 2. Я всегда ... свою дочку очень тепло
Длинный Длительный	1. Наш преподаватель уехал в ... командировку. 2. До магазина прямая дорога очень ..., лучше идти дворами
Представить Предоставить	1. Начальник курса ... нам увольнение на завтра. 2. Мне необходимо ... готовый диплом к марту
Гуманный Гуманитарный	1. Даже пленные требуют ... отношения. 2. Права мирных граждан во время военных действий защищает ... право войны
Генеральный Генеральский	1. Начальник очень радовался ... погонам. 2. ... план сражения был очень удачным
Поступок Проступок	1. Наш товарищ совершил героический 2. Этот ... заслуживает наказания

Таким образом, курсанты военного вуза должны в обязательном порядке познакомиться с таким явлением русского языка, как паронимы, различать часто употребляющиеся паронимы по значению и грамотно употреблять их в устной и письменной речи, что способствует расширению лексического запаса учащихся и успешности их коммуникации.

Список литературы

1. Акимова Э.Н. Изучение паронимов в курсе РКИ // *Русский язык в глобальном научном и образовательном пространстве: сборник материалов Международного научного конгресса (6–10 декабря 2021 г., Москва). Ч. 1.* – М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2021. – С. 104-107.

2. Боровикова Н.А., Гоголина Н.А., Нетяго Н.В., Просвирнина И.С., Смирнова Т.И. *Тесты по русскому языку как иностранному: второй сертификационный уровень: общее владение.* – М.: ФЛИНТА; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 96 с.

3. Вишнякова О.В. *Паронимы современного русского языка.* – М.: Русский язык, 1987. – 281 с.

4. Колесников Н.П. *Словарь паронимов русского языка – Ростов-на-Дону: Издательство Ростовского университета, 1994. – 344 с.*

5. Снетова Г.П., Власова О.Б. *Словарь паронимов русского языка.* – М.: Мир и образование, 2023. – 416 с.

6. Страмнова Т.В., Шантурова Г.А. *Паронимы-прилагательные (из опыта преподавания РКИ) // Евразийский союз ученых. Серия: филология, искусствоведение и культурология.* – 2022. – № 8 (101). – С. 7-9.

7. Трушина Е.А., Косенок М.А., Степина Т.А. *Русский язык как иностранный. Работа с текстом на 3–4 курсах: учеб. пособие для вузов.* – Пенза: Филиал ВА МТО, Пенз. арт. инж. ин-т, 2020. – С. 80-83.

УДК 37.013.32

ББК 74.48

**ЖАН КОКТО И MIDJOURNEY: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТИ
КАК ИНСТРУМЕНТА ГЕЙМИФИКАЦИИ НА СЕМИНАРСКИХ
ЗАНЯТИЯХ В ГУМАНИТАРНЫХ ВУЗАХ**

*Е.В. Шерчалова, М.О. Назарова, Московский университет
имени А.С. Грибоедова, г. Москва, Россия*

**JEAN COCTEAU AND MIDJOURNEY: USING THE NEURAL
NETWORK AS A GAMIFICATION TOOL IN SEMINARS AT
HUMANITARIAN UNIVERSITIES**

*E.V. Sherchalova, M.O. Nazarova, Moscow University named
after A.S. Griboedov, Moscow, Russia*

Аннотация. В статье рассматривается возможность использования нейросети Midjourney как инструмента визуализации сложного материала на примере пьесы «Орфей» Жана Кокто, а также ее киноадаптации, являющейся неотъемлемой частью художественной вселенной автора. Интертекстуальность модернистских произведений может вызвать сложности в их интерпретации у обучающихся, что обуславливает необходимость использования игровых приемов для усвоения материала и повышения уровня вовлеченности и мотивации студентов.

Ключевые слова: нейронные сети, игровые подходы в обучении, геймификация, визуализация, преподавание в высшей школе, зарубежная литература, проведение семинарских занятий.

Abstract. The article considers the possibility of using the Midjourney neural network as a tool for visualizing complex material using the example of the play «Orpheus» by Jean Cocteau, as well as its film adaptation, which is an integral part of the author's artistic universe. The intertextuality of modernist works can cause difficulties in their interpretation for students, which necessitates the use of game techniques to assimilate the material and increase students' level of engagement motivation.

Keywords: neural networks, game approaches in learning, gamification, visualization, teaching in higher education, foreign literature, conducting seminars.

E-mail: e.kabir777@gmail.com, mari.nazarova.02@mail.ru

Введение

В условиях повсеместной дигитализации геймификация стала не только актуальным трендом, но и необходимым инструментом в организации образовательного процесса. Х.А. Сатуичева и М.В. Францева, исследуя приоритетные направления организации обучения в цифровой среде, выделяют в качестве одной из ключевых потребностей насущную необходимость переосмыслить преподавательский инструментарий в частности и подход к организации практических занятий в целом, а также использовать смешанные формы обучения, реализация которых связана с активным вовлечением студентов в работу [4]. Геймификация как концепция внедрения игровых подходов в неигровые сферы жизни представляет собой один из наиболее удачных вариантов реализации этой потребности, поскольку способствует постоянной вовлеченности обучающихся и, как следствие, повышению качества образовательного процесса. В коллективной статье нижегородских ученых «Геймификация в образовательном процессе» утверждается, что использование игровых подходов на занятиях позволяет сделать учебный процесс более динамичным за счет формирования интерактивной среды, что, в свою очередь, позволяет студентам занимать активную познавательную позицию [1]. Таким образом, уровень их мотивации и заинтересованности повышается.

Поскольку универсальной технологии внедрения геймификации в образовательный процесс не существует [8], виды игровых методик в рамках решения разных задач могут варьироваться.

Опыт использования нейросетей, генерирующих изображения, уже используется в рамках образовательной деятельности. Так, к примеру, в статье А.В. Ламзиной «Внедрение игровых элементов в образовательный процесс: опыт работы с нейросетью Midjourney» приводятся примеры интеграции ресурсов, способных визуализировать текстовые описания, в проведение семинарских занятий по английскому языку. Результаты исследования показывают, что

использование нейросетей перспективно и может найти применение в качестве дополнительного инструмента изучения [3]. А коллективная работа А.Г. Сильчевой, А.В. Ламзиной и Т. Л. Павловой рассказывает о реализации эксперимента по внедрению использования, в частности, нейросети ChatGPT на факультативных занятиях. Посредством статистического анализа убедительно доказана эффективность такой практики [5].

В нашем же исследовании мы рассматриваем использование нейросети Midjourney как одного из инструментов геймификации, подходящего для проведения занятий по зарубежной литературе в ВУЗе. Наша цель – посредством эксперимента создать для практического занятия иллюстративный контент, сгенерированный с помощью нейросети, и описать возможности его использования.

Изображения, созданные с помощью нейросети, окажутся полезными при обсуждении изученных произведений (пьесы и фильма «Орфей») для кумуляции приемов, использованных автором, и их наглядного изучения, поскольку для нашего исследования наиболее важна возможность визуального восприятия информации. Такой формат кажется нам наиболее удобным для студентов, привыкшим к определенной форме подачи контента в силу повсеместного развития дигитализации [7]. Кроме того, данный подход может быть эффективным при обучении иностранных студентов в российских вузах, поскольку он направлен на восприятие информации с помощью визуальных, а не текстовых образов.

Пьеса и фильм «Орфей» Жана Кокто

«Орфей» – это самостоятельное и оригинальное произведение Жана Кокто, в основу которого положены два античных сюжета: первый – о смерти Эвридики и путешествии Орфея в царство мертвых, и второй – о смерти Орфея, который был растерзан вакханками. Оставив эту сюжетную канву без существенных изменений, Кокто преобразовал античный миф.

Понимание роли приемов, который автор использовал для выстраивания художественной вселенной, необходимо для истолкования смыслов и идей произведений об Орфее. Говоря о «произведениях», мы хотим отметить, что для полноценного представления о художественной вселенной автора важно учитывать все типы медиаплатформ, с помощью которых была реализована созданная им история. В данном случае, речь идет о пьесе «Орфей» и одноименном фильме, который является частью «орфической» кинотрилогии или «трилогии поэта».

Начиная работу над исследованием, мы составили следующий план действий:

- 1) выделить основные приемы, которые кажутся нам наиболее важными для интерпретации художественного пространства Жана Кокто и которые возможно представить в виде визуального контента;
- 2) сформулировать запросы для нейросети на основе ключевых слов и словосочетаний, подобранных нами для каждого элемента;
- 3) сгенерировать изображения с помощью нейросети и проанализировать их соответствие запросу.

Таким образом, на первом этапе мы изучили исследования, рассматривающие приемы, с помощью которых была сконструирована художественная вселенная Жана Кокто.

Полагаясь на работы А.В. Клименок «Интертекстуальность в пьесах Ж. Кокто “Античного периода”» [2] и А.Н. Таганова «Образ Орфея в литературном и кинематографическом творчестве Жана Кокто» [6], мы выделили три ключевых приема:

- 1) авторскую интерпретацию античных сюжетов;
- 2) выстраивание личной мифологии автора;
- 3) кумуляцию мифологических текстов.

Практическая часть исследования

Первый прием – авторская интерпретация античных сюжетов. Как было сказано ранее, в основе пьесы «Орфей» и ее киновоплощения лежат два античных сюжета, которые являются своеобразным «каркасом» произведений. В остальном, и пьеса, и фильм превращаются в мифопоэтическое пространство современности, об античных «корнях» которого напоминают греческие имена главных героев и декорации: статуи в киноадаптации являются некими «посланниками» Античности и образами, связывающими все части «орфической» трилогии. Кокто модернизирует и актуализирует миф, вводя в сюжетную канву фильма элементы современных ему реалий: автомобиль, мотоциклы, радиоприемник и хирургические атрибуты (резиновые перчатки, инструменты, медицинские халаты и другие детали униформы). Кроме того, Кокто изображает Ад в виде разрушенных после военных действий стен Сен-Сира, вводя в художественное пространство фильма образ катакомб, который актуален переживаниям его современников.

Для более глубокого погружения и выстраивание эмоциональной связи с материалом используем прием визуализации, сгенерировав изображения. На основе данной информации мы сформулировали запросы для нейросети и получили такие результаты (рис. 1-2):



Рис. 1. Генерирование изображения по запросу: two antique statues depicting lovers in the catacombs of a building destroyed after the war (пер. с англ.: две античные статуи, изображающие влюбленных, в катакомбах здания, разрушенного после войны)

Рис. 2. Генерирование изображения по запросу: Orpheus rides a motorcycle with a lyre in his hands in Paris (пер. с англ.: Орфей едет на мотоцикле с лирой в руках по Парижу)

Стоит отметить, что с помощью нейросети мы не только создали изображения, соответствующие нашим текстовым запросам, но и добились поставленной цели, сформулировав запрос более точно. Таким образом, мы получили визуальный контент, который представляет собой кумуляцию античных мифов (древнегреческие статуи, образ Орфея с лирой) и элементов современности (мотоцикл, разрушенное после войны здание). Подобные визуальные образы, способные вызвать устойчивые ассоциации у студентов, могут упростить восприятие информации при изучении произведений, для которых характерен синтез разрозненных элементов.

Данные изображения можно использовать на лекционных занятиях в качестве иллюстративного материал, рассматривая прием авторской интерпретации античных текстов.

Следующий прием, который мы рассмотрели, – выстраивание личной мифологии автора. К ней можно отнести мистическое появление имени одного из героев «Орфея». По одной из версий Жан Кокто обнаружил надпись «Эртебиз», когда ехал в лифте, и впоследствии использовал это имя в своей пьесе. Однако через несколько дней надпись исчезла. Личная мифология также сводится к введению в сюжет биографического подтекста, который дает читателям понимание того, что Орфей – это поэтическая маска. Данный факт в полной мере проявляется в заключительном эпизоде, когда оставшаяся от Орфея говорящая голова, в ответ на требование назвать свое имя и адрес, отвечает: «Жан Кокто, улица Анжу, 10».

На основе этих фактов мы сформулировали запросы для нейросети и получили такие результаты (рис. 3-4):



Рис. 3. Генерирование изображения по запросу: Jean Cocteau sees the inscription in the elevator (пер. с англ.: Жан Кокто видит надпись в лифте)



Рис. 4. Генерирование изображения по запросу: ige stone head of Jean Cocteau (пер. с англ.: огромная каменная голова Жана Кокто)

С помощью нейросети нам удалось «воспроизвести» сюжеты, не существовавшие ранее в визуальном воплощении: сцену из биографии Жана Кокто и финальный эпизод пьесы об «Орфее». На данных изображениях можно отчетливо отследить, что черты лица «цифрового» Жана Кокто полностью соответствуют внешности реального автора, что также упрощает процесс восприятия визуальной информации. Таким образом, картинки можно использовать в качестве иллюстрации фактов, послуживших основой для выстраивания личной мифологии автора в произведениях об Орфее, а также для запоминания студентами внешности Жана Кокто, что является немало важной частью изучения биографии писателя.

В качестве третьего приема мы рассмотрели кумуляцию мифологических текстов. В своих произведениях Кокто обращается не только к античному мифу, но и к пласту христианской и восточной мифологии. Так, в сюжет пьесы и фильма вводится ангел-хранитель Орфея – Эретебиз, который по замыслу Кокто был помощником плотника Иосифа – героя Нового завета, Азраил – ангел смерти в исламской и еврейской традиции и Рафаил – один из архангелов, имя которого упоминается в Ветхом Завете. Также одну из центральных ролей в сюжете

занимает антропоморфная Смерть, образ которой описывается в мировых религиях. Однако в пьесе и фильме Кокто образ женщины-Смерти ближе к персонификации, характерной для массовой культуры.

Для визуального отображения приема кумуляции мифологических текстов мы сформулировали довольно сложный промпт, упомянув при этом героев античных мифов, поскольку, как было сказано ранее, каркас «Орфея» составляют сюжетные линии именно античных мифов. Полученное изображение не соответствовало нашему запросу из-за большого количества информации и перегруженности одинаковыми словами (рис. 5):



Рис. 5. Генерирование изображения по запросу: an archangel Raphael with white wings, an angel of death Azrael with large black wings and a skull instead of a face, a Death-girl with dark hair and black eyes without pupils, an ancient Greek girl with long golden hair and an ancient Greek man with a lyre in his hands are flying across the sky (пер. с англ.: архангел Рафаил с белыми крыльями, ангел смерти Азраил с большими черными крыльями и черепом вместо лица, девушка-смерть с темными волосами и черными глазами без зрачков, древнегреческая девушка с длинными золотистыми волосами и древнегреческий мужчина с лирой в руках летят по небу)

Количество персонажей на картинке не совпало с количеством запрашиваемых героев. Кроме того, нейросеть соединила все описанные нами образы в две-три фигуры, объединенные чертами, которые мы указали в запросе.

С одной стороны, данный опыт можно рассматривать как нестабильность нейросетей в качестве инструмента геймификации образовательного процесса, поскольку их технические возможности не позволяют генерировать изображения

по сложным многосоставным запросам, особенно, при использовании имен собственных.

С другой стороны, «неудачные» изображения также можно использовать в качестве элементов игрового процесса. Например, проводить семинарские занятия в формате игр-ребусов по картинкам, представленным выше. В таком случае, задача студентов будет заключаться в поиске отдельных образов, героев и символов с помощью дедуктивных умозаключений (от общего к частному). Сформулировать ее можно так: посмотрите на изображение и вычлените два-три символа, которые могут указывать на героев, значимых для пьесы и фильма «Орфей» Жана Кокто. Ответы могут быть следующие:

- 1) лира и арфа (музыкальные инструменты, которые часто встречаются в древнегреческой мифологии) как символ, указывающий на Орфея;
- 2) человек с головой-черепом и черные крылья как символы, указывающие на Смерть.

Таким образом, в работе представлена процедура работы с нейросетью Midjourney, оказавшейся продуктивной в рамках подготовки к семинарскому занятию по зарубежной литературе. Несмотря на нестабильный результат, обращение к такому инструменту геймификации позволяет добавить интерактив к традиционной канве учебного процесса. Интересным представляется в дальнейшем не только апробировать инструмент в практической деятельности современного преподавателя высшего учебного заведения, но и определить уровень его влияния на запоминаемость материала. Инструмент представляется нам универсальным: нейросеть Midjourney может оказаться полезным инструментом на любых лекционных и практических занятиях в современной высшей школе.

Список литературы

1. Быстрова Н.В., Бакулина Н.А., Гнездин А.В., Угарова А.В. Геймификация в современном образовательном процессе // Журнал прикладных исследований. Серия: Экономические исследования. – 2022. – С. 416-425.

2. Клименок А.В. *Интертекстуальность в пьесах Ж. Кокто «Античного периода» // Известия высших учебных заведений. Поволжский район. – 2013. – №2 (26). – С. 87-93.*
3. Ламзина А.В. *Внедрение игровых элементов в образовательный процесс: опыт работы с нейросетью Midjourney // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XVI Международной научно-практической конференции. – Москва – Пенза, 2023. – С. 218-236.*
4. Сатучиева Х.А., Францева М.В., Хусаинова Е.Н. *Специфика организации образовательного процесса в цифровой среде современного ВУЗа // Мир науки, культуры, образования. – 2024. – №1 (104). – С. 414-416.*
5. Сильчева А.Г., Ламзина А.В., Павлова Т.Л. *Особенности использования текстовых и графических чат-ботов с искусственным интеллектом в преподавании английского языка // Перспективы науки и образования. – 2023. – № 4 (64). – С. 621-635.*
6. Таганов А.Н. *Образ Орфея в литературном и кинематографическом творчестве Жана Кокто // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – Вып.1 (18). – С. 21-27.*
7. Фролова С.М. *Информационно-коммуникационные технологии в контексте современного развития общества // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2022. – Т. 22. – Вып. 3. – С. 288-292.*
8. Широколобова А.Г. *Геймификация в условиях цифровой трансформации образования // Вестник Самарского Государственного Технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2022. – Т. 19. – №1. – С. 5-20.*

УДК 81.1+81.2+81.33

ББК 81.19

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ
СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА КИНОТЕКСТОВ**

И.А. Дини, А.Ю. Фролова, Московский университет имени

А.С. Грибоедова, г. Москва, Россия

**LINGUISTIC AND EXTRA-LINGUISTIC SPECIFICS OF
TRANSLATION OF MOVIE TEXTS**

I.A. Deeney, A.Y. Frolova, Moscow University named after A.S. Griboedov,

Moscow, Russia

Аннотация. Настоящая статья посвящена описанию перевода кинотекста с позиций рассмотрения объекта перевода сквозь призму языковой и неязыковой перспектив. В фокусе внимания находятся экстралингвистические параметры перевода картины, действующие в унисон лингвистическим и рассматриваемые переводчиком в комплексе с целью воссоздания адекватной картины и локализации в языке перевода. Исследование выполняется на материале картины *Men In Black*, в лаконичной форме указываются ее лингвистические и экстралингвистические параметры, влияющие на перевод, и профилируется необходимость учета каждого из них.

Ключевые слова: кинотекст, лингвистическая специфика, экстралингвистическая специфика, перевод.

Abstract. This article is devoted to the description of the translation of the film text seen through the prism of linguistic and non-linguistic perspectives. The focus is on the extralinguistic parameters of the translation of the film, acting in unison with the linguistic ones and considered by the translator in a complex in order to recreate an adequate picture as well as localize it in the target language. The study is carried out on the material of the film *Men In Black*, its linguistic and extralinguistic parameters that affect the translation are indicated in a concise form, and the need to take into account each of them is emphasized.

Key words: film text, linguistic specificity, extralinguistic specificity, translation.

E-mail: a.frolka@mail.ru

Перевод представляется одним из самых сложных видов человеческой деятельности, особенно если речь идет о его синхронном и художественном видах. Последний, согласно научным данным, включает перевод кинотекста. Его отличия от любого другого перевода предполагает не просто элемент художественности и творческой включенности переводчика, но и понимание самого сюжета и основной мысли кинокартины, которую режиссер доносит до аудитории, используя базовые лингвистические и нелингвистические средства языка оригинала [1; 2]. Соответственно, для воссоздания идентичного явления в языке перевода требуется процесс локализации. Для этого переводчик обращается непосредственно к изучению вопроса создания самой кинокартины, кинокритикам в параллели с подбором адекватных языковых средств перевода.

В фокусе настоящей статьи находится известное кинопроизведение *Men In Black*, вышедший на экраны американской киноиндустрии в 1997 году. Фильм описывает фантастические сцены с инопланетными существами, населяющими планету так же, как и обычные люди. Эти существа по классике жанра подразделяются на хороших, спасающих все вокруг, и плохих, стремящихся уничтожить все живое. Пребывание на планете инопланетных живых существ контролируется службой людей в черном. Эта служба функционирует в сотрудничестве с инопланетянами и наделена полномочиями стирать человеческую память в том случае, если люди увидели инопланетян. Благодаря такой функции службе людей в черном удается держать факт существования инопланетных существ в секрете. Главный герой агент Кей вместе с преступником Джеем, позже агентом той же службы, спасают галактику.

Растущая популярность фильма позволила ему тиражироваться в разных странах и переводиться на разные языки с оригинального английского. Профессиональное дублирование осуществлено и на русский язык, соответственно. Отметим, что рассматриваемое кинопроизведение относится к аудиовизуальному виду, поскольку письменный текст в форме сценария устно транслируется адресату. Другими экстралингвистическими характеристиками

рассматриваемого произведения американского кинематографа являются следующие: широкоформатный; полнометражный; цветной; односерийный; звуковой; дублированный; неанимационный. К прочим неязыковым характеристикам, учитываемым при переводе и локализации можно также отнести технические шумы, перемещения персонажей, мимика, жесты, а также различные спецэффекты [3].

Наряду с экстралингвистической спецификой, учитываемой при локализации, в процессе локализации предполагается учет и лингвистических компонентов. Последние бывают письменными, и к ним относятся титры (заглавные, вступительные, промежуточные) – вербальные письменные оповещения об участниках и создателях кинокартины, музыкальных включениях и т.д.) [4; 5]. Здесь, например, можно отметить само название:

Men In Black – «Люди в черном»

Или же это может быть надпись на грузовике:

Zap'em. Pest Control – «фирма по борьбе с насекомыми»

В любом случае, независимо от характера титров, их разновидности и места появления, они помогают зрителю ориентироваться в незнакомых реалиях и понимать ситуацию происходящего. Это позволяет не отвлекать реципиента от основного сюжета кинокартины. Таким образом, перевод субтитров нельзя переоценить, так как от него зависит эффект присутствия зрителя в картине.

Также в рассматриваемом фильме происходит титрирование испанской речи, когда появляется необходимость включения иностранного языка в переводе. Например, испанские фразы *Abuela, no se preocupe* и *Bienvenido a los Estados Unidos* в титрах передаются на английский язык как: *Grandmother, do not worry. Welcome to the USA.*

Титры играют принципиальную роль при трансляции речи инопланетных существ в рассматриваемом фильме. С одной стороны, зритель понимает, что у инопланетян свой язык, а, с другой, благодаря титрам они понимают, о чем идет речь.

Кроме письменной лингвистической составляющей, неотъемлемой частью любого фильма является устная. Это не только сами по себе саундтреки (например, OST – оригинальный саундтрек, который был специально создан для кинокартины), но и популярные мелодии и песни, разрешенные в фильме. В рассматриваемой нами кинокартине всего 16 таких треков, включая сам *Men In Black* by Will Smith (00:02:36).

Но не только музыкальное сопровождение, зачастую не подлежащее переводу, входит в лингвистическую сторону кинофильма. Ее основным и принципиальным блоком является повествование и речь актеров. Именно эта языковая составляющая по большей части организует кинотекст. В зависимости от жанровых особенностей фильма кинотекст может характеризоваться специфическими особенностями, которые создают принципиальные сложности в работе переводчика. В рассматриваемом нами фильме, поскольку картина относится к жанру фэнтези, речь героев регулярно включает термины из области астрономии, например:

Everyone thought the agency was a prank, except the aliens...There were ten of us the first night. Seven agents, one astronomer...

Регулярно также могут встречаться компоненты биологических знаний, например:

There is a skeletal structure unlike any I've ever seen before.

Появление такого рода предложений в кинотексте свидетельствует о намерениях автора показать правдоподобность ситуации и придать картине солидность за счет вкрапления в сюжет научных фактов. А вот повседневное поведение героев, и бытовые, дружеские диалоги с вкраплениями сленга и лексики сниженного регистра добавляют сюжету правдоподобности и обращенности к зрителю, включенности в сюжет. Например, речь идет о таких расхожих повседневных выражениях как:

Who the hell are you?

Сам сленг и подобного рода выражения позволяют речи оставаться эмоционально выразительной и точной в создании образов персонажей. Именно по наличию сленга, его характеру, появляется возможность судить о социальном статусе героя, его принадлежности тому или иному слою общества. Наряду с жаргоном для правдоподобности фильма и включенности зрителя в кинотексте появляется большое количество табуизмов, диалектизмов, варваризмов и жаргонизмов, например:

Means I will knock your punk-ass down!

Зачастую такая лексика создает комический эффект, указывает на необразованность или несостоятельность персонажа. Соответственно, она стилистически оправдана.

Как было отмечено ранее, жанр фэнтези всегда сопровождается появлением несуществующего языка или выдуманной лексики, например, как в рассматриваемой картине:

but how about the zapoata?

Такая лексика в жанре фэнтези зачастую номинирует название классов общества, планет, рас, оружия и т.д. Часто набор звуков имеет ассоциативные смыслы, что мотивирует переводчика подбирать идентичное ассоциативное сочетание в переводе.

Говоря об особенностях переводческой работы при учете отмеченных параметров из области лингвистики и экстралингвистики, необходимо отметить стратегии эквивалентности и адекватности. В переводе кинофильма нельзя говорить об абсолюте. Правильнее говорить о передаче информации с учетом эквивалентности и смысла с учетом адекватности. Адекватность как стратегия перевода важна также при локализации переводной информации. Для достижения оптимального эффекта переводчик применяет методы транслитерации или транскрипции (полной или частичной), поскольку эти слова не содержатся в словарном запасе языка, а переводчик хочет сохранить всю

необычность звучания таких слов. Естественно, перевод осуществляется с учетом лингвистических и экстралингвистических параметров.

Список литературы

1. Ворошилова, М.Б. Креолизованный текст: кинотекст // Политическая лингвистика. – Вып. 22. – 2007. – С. 106-110.

2. Денисова Г.В. Чужой среди своих: к вопросу о переводе художественных фильмов и их восприятии в рамках иноязычного культурного пространства. – СПб.: Алетейя, 2006. – 234 с.

3. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.

4. Anderman G., Diaz-Cintas J. Audiovisual Translation [Text]: Language Transfer on Screen / G. Anderman, J. Diaz-Cintas. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009. – 272 p.

5. Szarkowska, A. The Power of Film Translation // Translation Journal. – 2009. - No30.

УДК 81.25

ББК 81.1

СПОСОБЫ ТРАНСЛИТЕРАЦИИ ТЕРМИНОВ МЕЖДУНАРОДНЫХ МОРСКИХ ПЕРЕВОЗОК С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

*А.А. Дубенко, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

WAYS TO TRANSLITERATE INTERNATIONAL SHIPPING TERMS FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

*A.A. Dubenko, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена анализу способов транслитерации терминов международного морского фрахта. Доказано, что при транслитерации используются, главным образом, варианты фонетической транскрипции: термин переносится в русскоязычную семиотическую систему с использованием того звучания, которое свойственно ему в английском языке. В то же время ряд терминов переводится с иной огласовкой: к примеру, традиционное транслитерирование корня “cancel” оказывается приоритетным перед его транскрипцией. В целом, используемая стратегия зависит от времени заимствования данного слова в русский язык и частоты его использования.

Ключевые слова: термины, морская торговля, морской фрахт, транскрипция, транслитерация.

Abstract. This article is devoted to the analysis of methods of transliteration of terms of international sea freight. It has been proven that during transliteration, mainly phonetic transcription options are used: the term is transferred to the Russian-language semiotic system using the sound that is characteristic of it in the English language. At the same time, a number of terms are translated with a different vowel: for example, the traditional transliteration of the root “cancel” takes precedence over its transcription. In general, the strategy used depends on the time of borrowing of a given word into the Russian language and the frequency of its use.

Key words: terms, maritime trade, sea freight, transcription, transliteration.

E-mail: 79182307907@yandex.ru

В современных реалиях морские торговые перевозки приобретают особо важное значение: в связи с политической и социальной ситуацией зачастую это оказывается единственный способ доставки груза. Соответственно, анализ международных терминов в этой области представляется чрезвычайно актуальным и интересным.

Не следует забывать, что заимствование – это процесс, существовавший во всех языках стран мира и во все времена. Таким образом, это не недавнее явление и не явление, которое ограничивается английским языком. Это область, которая постоянно развивается, не исчерпывая свою актуальность, потому что приток слов из английского языка никак не уменьшается, а скорее наоборот прибавляет в своих размерах.

Тем не менее, как ни странно, многие термины, называемые «англицизмами», вошли в русский язык, изменив или вовсе потеряв свое первоначальное значение.

Английская лексика, будучи чуждой системе русского языка, при заимствовании адаптируется к ней, причем осуществляется многоаспектная адаптация: фонетическая, графическая, морфологическая, словообразовательная и лексическая. В связи с тем, что многие заимствования имеют терминологический характер, они в большинстве своем близки к оригиналам.

К основным способам заимствования лексики с сохранением ее аутентичного облика относятся [1, с. 18-20]:

1. Прямые заимствования. Прямое заимствование иноязычного слова подразумевает, что данное слово в русском языке имеет приблизительно то же значение, что и в английском языке, звуковое оформление (насколько это возможно) похоже на оригинал, графическое оформление приближено, как правило, к транслитерации или транскрипции. Прямыми заимствованиями являются следующие слова: *бренд* «торговая марка» (от англ. *brand*).

2. Гибриды. Слова-гибриды образуются посредством присоединения русского аффикса (суффикса, приставки, окончания) к иноязычному корню. Как правило, это влечет за собой изменение значения англицизма. В качестве примера нами был рассмотрен глагол *ангрейдить*, сюда же можно добавить слова *крякнуть*, *логиниться*, *спамить*, *юзить* и др.

3. Калькирование. Это иностранные слова, которые употребляются с сохранением их фонетического и графического оформления.

Кальки относятся к заимствованиям, грамматически не освоенным русским языком, поэтому слово заимствуется целиком. Подобные заимствования подвергаются процессу ассимиляции. Среди наших примеров к калькам относятся такие англицизмы, как *девайс* (от англ. *device* – «устройство, приспособление»), *хард драйв* (от англ. *hard drive* – «интенсивная езда»).

Наиболее часто в последнее время калькирование иноязычных слов происходит в области высоких технологий, что объясняется развитием компьютерных технологий, компьютерного обеспечения, большая часть которого работает на английском языке (это касается многих современных приложений, расширений, некоторых антивирусов).

В качестве материала для анализа в настоящей статье используется текст нормативного словаря «Краткий словарь основных терминов, используемых при составлении договоров морской перевозки» (<https://sudact.ru/law/pismo-gtk-rf-ot-01041996-n-07-115757/prilozhenie/kratkii-slovar-osnovnykh-terminov-ispolzuemykh/>), включающего в себя 35 терминов. Из 35 слов и словосочетаний к освоенным заимствованиям можно отнести термины «штурманская расписка» (включает освоенное заимствование, имеющее дериваты, и исконно русское слово, образованное по продуктивной модели от глагола «писать»), «фраховщик», «фрахователь», «фраховая ставка» и «фрахование» – признаком освоенности, по нашему мнению, также является использование продуктивных моделей деривации. Также словосочетания «судоходство трамповое» и «судоходство линейное», содержащие образованное с помощью соединения корней слово «судоходство», и прилагательные, образованные от заимствованных корней с помощью продуктивных деривационных моделей. В словаре присутствует также термин «порт – порт», созданный на основе давно заимствованного в русский язык слова.

Остальные 27 словосочетаний представляют собой выполненную тем или иным способом транслитерацию, в ряде случаев ориентированную на произношение, например, у таких слов, как:

Дедвейт – грузоподъемность судна (т) при его загрузке до максимально допустимой отметки; включает массу груза, пресной воды, топлива, людей на судне;

Детеншен – время простоя судна после контрсталии; в отличие от демереджа, убытки за простой судна в этом случае оплачиваются не частично, а в полном объеме [2].

Оригинальные англоязычные единицы (*deadweight, detention*) произносятся таким образом, каким они транслитерированы. В то же время термины *demurrage* и *dispatch* в транслитерации отступают от транскрипции:

Демерредж – предварительно согласованная дополнительная плата владельцу судна со стороны грузовладельца (фрахтователя) в связи с контрсталией;

Диспач – выплачиваемая судовладельцем грузовладельцу (фрахтователю) премия за досрочное окончание погрузки и выгрузки судна [2].

При побуквенном воспроизведении транскрипции должно было быть *димаридж и *диспэтч соответственно. На наш взгляд, использование такого способа транслитерации восходит к традициям использования данных терминов, не всегда соответствующего их верному произношению.

Не вполне системной выглядит также транслитерация слова *cancel* и однокоренных единиц:

Канцелинг – определенный договором морской перевозки предельный календарный срок прибытия зафрахтованного судна в порт погрузки. По истечении К. фрахтователь может односторонне расторгнуть договор [2].

В данном случае видим влияние латинской традиции чтения: такие имена собственные, как Цицерон, Цербер, Цезарь и прочие включают в себя написание *C* перед *E* (либо дифтонгом *AE*), как и в слове *cancel*, что приводит к мысли прочитать его как *Ц*.

Транскрипционным способом перенесены в русский язык такие термины, как *коносамент* (и три словосочетания, включающие в себя данное слово), *контрсталия*, *лайнер-аут*, *люмпсум*, *сталия*, *стивидор*, *спот*, *спот-промпт*, *сюрвейер*, *фри-ин*, *чартер*, *димаиз-чартер*, *тайм-чартер* [2].

Особого комментария заслуживает слово *тальяман*, а также используемое с его участием словосочетание *тальяманская расписка*. На английском языке соответствующая профессия называется *tallyman*, в русском звук *у* элиминирован, вместо него используется мягкий знак.

В целом, анализ терминов морского фрахта показал, что в большинстве случаев используется транслитерация на основе фонетической транскрипции – 18 слов из 35 перенесены в русский язык именно этим способом. На втором месте использование освоенных заимствований и их производных – 8 единиц. 7 единиц имеют индивидуальную транскрипционную траекторию, в ряде случаев мотивированную отсылкой к традиции. Также в словарь включено образованное с помощью продуктивной для жаргона и сленга словообразовательной модели слово *штивка*:

Штивка – размещение груза в трюме.

В контексте социолингвистики исследование заимствованной лексики позволяет погружаться в вопросы формирования лингвистической и культурной идентичности, динамики языковых контактов и влияния социальных групп на употребление заимствований.

Список литературы

1. Брейтер М.А. *Англицизмы в русском языке: история и перспективы*. – Москва : изд-во АО «Диалог-МГУ», 1997. – 156 с.
2. *Краткий словарь основных терминов, используемых при составлении договоров морской перевозки [Электронный ресурс]*. URL: <https://sudact.ru/law/pismo-gtk-rf-ot-01041996-n-07-115757/prilozhenie/kratkii-slovar-osnovnykh-terminov-ispolzuetmykh/> (дата обращения: 13.04.2024).

УДК 81'25

ББК 81

**ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ОШИБОК ПРИ ПЕРЕВОДЕ
АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕАЛИЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

*В.А. Кадырова, М.С. Пестова, Российский государственный
университет социальных технологий, г. Москва, Россия*

**CAUSES OF ERRORS IN TRANSLATING ENGLISH REALITIES
INTO RUSSIAN LANGUAGE**

*V.A. Kadyrova, M.S. Pestova, Russian State University of Social technologies,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена изучению особенностей перевода англоязычных реалий на русский язык с эрратологической точки зрения. Исследуются причины возникновения ошибок при переводе англоязычных реалий на русский язык. Анализируются различные аспекты перевода, такие как культурные различия, лексические особенности и контекстуальные нюансы, которые могут привести к неточностям.

Ключевые слова: перевод, эрратология, реалии, культурные особенности, английский язык, русский язык, переводческие стратегии.

Abstract. This article is devoted to the study of the features of translating English-language realities into Russian from an erratological point of view. The causes of errors when translating English-language realities into Russian are investigated. Various aspects of translation are analyzed, such as cultural differences, lexical peculiarities and contextual nuances that can lead to inaccuracies.

Key words: translation, erratology, realities, cultural characteristics, English language, Russian language, translation strategies.

E-mail: vilenkak@mail.ru, pestova@mggeu.ru

Английский язык является одним из наиболее распространенных в мире и культурные, социальные и исторические реалии, связанные с этим языком, активно переносятся в русскоязычное пространство. Это происходит через различные каналы коммуникации, такие как литература, кино, музыка, СМИ и т. д. Английские реалии обладают уникальными характеристиками, и при переносе их на русскоязычную реальность зачастую возникают ошибки при их переводе,

которые до сих пор недостаточно освещены в научной литературе, особенно в рамках эрратологического аспекта.

Изучение эрратологических аспектов перевода английских реалий имеет огромное значение с лингвистической и с культурологической точек зрения. Результаты данного исследования могут способствовать не только избеганию ошибок при переводе, но и сохранению и передаче особенности культуры и истории, связанных с реалиями, что имеет большое значение для сохранения культурного разнообразия и взаимопонимания между различными языковыми сообществами.

На сегодняшний день существует множество интерпретаций термина «реалия». Можно сказать, что возникает двойственность в определении значения этого слова. В переводоведении также до сих пор ведутся исследования по тому, какие объекты можно отнести к реалиям: конкретные предметы, явления, понятия или лексические единицы [4].

Согласно лингвострановедческой теории, можно сказать, что реалии – это слова, для которых не существует соответствующих понятий в сравниваемых языках, в то время как фоновая лексика – это слова, которые отличаются в своих значениях из-за различий в семантических компонентах. Однако есть сложность в том, что эти семантические составляющие часто играют ключевую роль в привязке слов к определенной культуре, поскольку именно в этих особых значениях заключена национальная уникальность обозначаемых этими словами явлений [1, с. 95].

В переводоведении определение реалий основано, с одной стороны, на национальной окрашенности их референтов (колорит), а с другой – на отсутствии точных эквивалентов в других языках, что обнаруживается в ходе перевода. Решающим фактором для отнесения явлений к реалиям является национальная окрашенность референтов, которая настолько очевидна, что эти явления невозможно связать с какими-либо другими национальными особенностями культуры, кроме тех, которые породили эти реалии [1, с. 98].

В этом контексте, реалии – это слова, обозначающие предметы или явления, связанные с историей, культурой, экономикой и бытом страны изучаемого языка, которые полностью или частично отличаются по своему значению от слов сопоставляемого языка.

Например:

1. Carrel – индивидуальная кабина для научной работы в университете (обычно библиотеке);
2. Dual-earner family – семья, в которой оба супруга работают, но только один из них стремится преуспеть на работе;
3. Hideway – ресторан, обычно располагаемый в тихом месте, вдали от города и дорог, окруженный зеленью [1, с. 102].

Также стоит отметить, что термин «реалия» может относиться как к отдельному слову, так и к словосочетанию [2, с. 128].

Часто можно заметить неправильное использование слова «локализм» вместо «реалии». Это приводит к смещению значения слова. Важно отметить, что основным значением слова «локализм» является «местное слово; слово или выражение, употребляемое только на определенной территории или местности» [3]. Таким образом, становится ясно, что термины «реалия» и «локализм» не являются синонимами, а более точным синонимом для «локализма» будет термин «диалектизм».

В.А. Маслова акцентирует внимание на том, что реализация культурного аспекта при переводе реалий является ключевым моментом, который влияет на понимание и восприятие текста на другом языке. При этом переводчик должен учитывать не только лексическое значение реалий, но и их культурное значение, которое формируется через общественные нормы, традиции, обычаи и менталитет [6].

Перевод реалий – это область, где достаточно легко допустить ошибку. И для этого существует множество причин. Разные страны имеют уникальные культурные особенности и традиции, которые могут быть отражены в реалиях.

Непонимание или неверное толкование реалий из-за культурных различий может привести к ошибкам в переводе. Переводчики могут недооценивать важность контекста, в котором используется реалия. Без понимания истории, культурных ассоциаций и обстоятельств, перевод может быть неверен или недостаточно точен. Различия в лингвистических особенностях между языками могут также привести к ошибкам в переводе реалий. Некоторые реалии могут не иметь прямого эквивалента в другом языке, и переводчикам приходится принимать решения о том, как наилучшим образом передать значение. Некоторые реалии могут быть специфическими для определенных областей знаний, таких как наука, искусство или технологии. Отсутствие специализированных знаний у переводчика может затруднить правильное понимание и передачу данных реалий.

Причин, приводящих к переводческим ошибкам, достаточно много. Трудности, возникающие в процессе перевода и приводящие к ошибкам, могут быть вызваны следующими факторами [5]:

1. Неправильное прочтение/непонимание оригинального текста;
2. Незнание определенных грамматических или лексических явлений;
3. Несовершенное понимание значения некоторых слов в оригинале;
4. Несовпадение значений слов или фраз;
5. Нарушение языковых норм перевода и родного языка;
6. Желание сделать фразу/речь более красивой, что может привести к потере информации из-за трудностей восприятия последующей информации;
7. Информационная наполненность исходного текста (цифры, даты, имена собственные);
8. Непривычный акцент оригинальной речи;
9. Недостаточная экстралингвистическая подготовка и общие знания;
10. Беспокойство и тревожные чувства, вызванные психологическими, физиологическими и интеллектуальными особенностями переводчика.

Эрратология – это аспект в переводоведении, который занимается изучением и анализом ошибок в переводческой деятельности [7]. Изучение ошибок в языке помогает лингвистам и переводчикам лучше понимать языковые явления, их особенности и различия, а также повышает качество перевода реалий.

Переводческая ошибка может быть вызвана несовпадением перевода с оригиналом, либо различиями между двумя текстами. Поэтому важно обсуждать и выявлять переводческие несоответствия с целью их анализа, классификации и обучения студентов искусству избегания ошибок. В своей работе А.Б. Шевнин подчеркивает, что ключевая задача заключается не только в обучении технике перевода, но и в умении избегать переводческих ошибок [7].

Таким образом, переводчик должен стремиться передать не только информацию и содержание текста, но и авторскую интенцию, эмоциональную окраску, стиль и тон оригинала. Он должен учитывать не только лингвистические особенности языка, но и культурные, исторические, социальные контексты, которые могут влиять на восприятие и понимание текста. Каждый перевод является своеобразным актом творчества, где переводчик, используя свои знания и опыт, стремится передать не только буквальное значение слов, но и общий смысл и эмоциональную составляющую текста. При этом он должен быть как можно более точным и корректным, сохраняя структуру и стиль оригинала, но при этом адаптируя текст к целевой аудитории и культурному контексту.

Список литературы

1. *Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода).* – Ленанд, 2021. – 240 с.
2. *Гарбовский Н.К. Теория перевода.* – М.: Изд-во Моск.ун-та, 2004. – 544 с.
3. *Казакова Т.А. Практические основы перевода.* – СПб: 2005. – 319 с.

4. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение: учебное пособие. – М.: ЭТС, 2004. – 424 с.

5. Кривошлыкова Л.В., Пушкина А.В. Психологические основы современной методики обучения английскому языку. – Вестник РУДН. Серия «Вопросы образования: языки и специальность», 2011. – С. 68-73.

6. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учебное пособие для студ. высш. учеб. Заведений. – М.: Академия, 2001. – 208 с.

7. Шевнин А.Б. Эрратология и межъязыковая коммуникация. – Вестник ВГУ, 2004. – С. 36-44.

УДК: 82.282+81`25

ББК: 83(=432.1)+81.432.1-8

**СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА
С РУССКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В РАССКАЗЕ
Ф. А. ИСКАНДЕРА «ВРЕМЯ СЧАСТЛИВЫХ НАХОДОК»**

*В.Н. Кортава, А.Г. Лагвилава, Абхазский государственный
университет, г. Сухум, Абхазия*

**THE SPECIFICITY OF LITERARY IMAGE TRANSFER FROM
RUSSIAN INTO ENGLISH LANGUAGE IN THE STORY “A TIME OF
LUCKY FINDS” BY F. A. ISKANDER.**

*V.N. Kortava, A.G. Lagvilava, Abkhazian State University,
Sukhum, Abkhazia*

Аннотация. В статье рассматривается художественный образ главного героя, его «время находок», а также анализируются способы их передачи с русского на английский язык.

Ключевые слова. Образ, художественная литература, перевод, греческая мифология, образность, культура, восприятие, языковые средства создания художественного образа.

Abstract. The article examines the literary image of the main character of the story and his “time of lucky finds”. It also analyses the ways of its transmission from Russian into English.

Key words. Image, fiction, translation, greek mythology, imagery, culture, perception, linguistic means of artist image creation.

E-mail: victoria_kortava@mail.ru; anky94@mail.ru

Перевод – это один из древнейших видов деятельности человека. Катализатором для формирования такого нелегкого, но столь необходимого труда, который служил бы целям общения и обмена духовными ценностями между собой, послужило различие языков. Слово «перевод» многозначно, у него есть два терминологических значения. Первое из них определяет мыслительную деятельность – процесс передачи содержания, выраженного на одном языке средствами другого языка. Второе называет результат этого процесса – текст устный или письменный. Хотя эти понятия разные, но они представляют собой диалектическое единство, одно не мыслится без другого [3, с. 3].

Обращаясь к теме художественного перевода, отметим, что под адекватностью (или же эквивалентностью) перевода понимается наиболее полное и идентичное сохранение в тексте перевода жанрового своеобразия оригинала и всей разнообразной информации, содержащейся в тексте подлинника.

В художественном переводе есть свои особые законы эквивалентности оригиналу. Перевод может лишь бесконечно сближаться с подлинником, и не более. Потому что у художественного перевода есть свой творец, свой языковой материал и своя жизнь в языковой, литературной и социальной среде, отличающейся от среды подлинника. Художественный перевод порождается подлинником, зависит от него, но в то же время обладает относительной самостоятельностью, так как становится фактом переводящего языка. Поэтому освоение одного и того же произведения в разных культурах имеет свою специфику, свои отличия, свою историю [1, с. 6].

В данной работе рассматривается художественный образ и его перевод с русского на английский язык на примере рассказа Ф. А. Искандера «Время счастливых находок».

Главный герой рассказа – мальчик, который хочет стать частью чего-то более важного и грандиозного и испытывает какое-то «странное возбуждение» по дороге в лавку. Он находится в ожидании чуда, чего-то невероятного – того, что возвысит его в глазах старших и предоставит цель в жизни, которую он намерен исполнить: *«Я повторяю – по дороге в лавку меня охватило какое-то странное возбуждение. Я бежал и все время смотрел под ноги: мне мерещилась пачка денег»* [5]; ср. в английском переводе: *«Well, as I was saying, on my way to the shop I was seized by a strange feeling of excitement. All the time, as I ran, I kept my eyes on the ground, and now and then I seemed to see a wad of banknotes lying there»* [4].

Такие выражения, как «...меня охватило какое-то странное возбуждение» – «I was seized by a strange feeling of excitement» и «я бежал и все время смотрел под ноги...» – «and now and then I seemed to see...» в переводе, осуществленном Робертом Даглишем, передают всю картину целиком. С самого начала рассказа читатель понимает, где разворачивается действие, имеет представление о культуре и описываемых персонажах, которые в нем описываются.

Рассмотрим в качестве примера еще один фрагмент рассказа Ф.А. Искандера: *«Как-то летним вечером собрались гости у моего дяди. Выпивки не хватило, и меня послали за вином в ближайшую лавку, что было, как я теперь понимаю, не вполне педагогично»* [5]. Уютные и семейные летние вечера, гости, вино, тосты – это все о Кавказе. Писателем создан образ мальчика и представлена атмосфера происходящего. Стараясь следовать оригиналу, переводчик также пытается передать происходящее для инокультурного читателя: *«It was a summer evening and my uncle had guests. When they ran out of wine, I was sent to the nearest shop for some more, which, as I now realise, was not altogether the best thing for my upbringing»* [4].

После небольшого введения в историю автор бросает читателей в пучину событий: мальчик наконец находит то, что искал с таким нетерпением, – деньги: *«Деньги нашел! – закричал я, вбегая в комнату. Гости нервно, а некоторые даже*

оскорбленно вскочили на ноги. Поднялся переполох. Денег оказалось сто с чем-то рублей» [5]; ср. в переводе Р. Даглиша: «*I've found some money! I shouted, running into the room. Our guests jumped nervously, some of them even resentfully, to their feet. A hubbub arose. There turned out to be more than a hundred rubles in the packet*» [4].

Как видим, мальчик хотел чувствовать себя значимым: он сразу же поделился находкой со всеми и захотел разделить с гостями свое счастье, – чего не скажешь о матери и брате, – они оказались более скрытны в своем восторге:

– Ты, как твой отец, будешь стараться для других, – сказала она, когда мы спускались по лестнице.

– Я буду стараться для всех, – ответил я.

– Так не бывает, – грустно сказала она, думая о чем-то своем. Тут нам встретился брат, который возвращался после поисков.

– Ты все деньги показал? – спросил он у меня мимоходом.

– Да, – гордо ответил я.

– Ну и дурак, – бросил он и убежал [5].

Ср. в английском переводе:

“*You'll be like your father, always doing your best for other people,*” she said as we went down the steps.

“*I'll do my best for everyone,*” I replied.

“*It doesn't work out like that,*” she said sadly, taken up with some thought of her own.

At that moment we met my brother returning from his search.

“*Did you let them see all the money?*” he asked as he went by.

“*Yes,*” I replied proudly.

“*More fool you,*” he snapped, and ran away [4].

Несмотря на замечания, мальчик не отчаялся и продолжил свой рассказ о найденных деньгах, радуясь тому, что находится в центре внимания и может показать себя.

Мужчины зашумели и стали, перебивая друг друга, пить за мое здоровье.

– Я всегда знал, что из него выйдет человек...

– С этим маленьким бокалом...

– Молодым везде у нас дорога...

– За счастливое детство...

– Дорога, но какая дорога? Асфальт! [5].

Ср. в английском переводе:

This caused an even greater hubbub because all the menfolk got up and wanted to drink my health at once.

„I always knew he'd make a man....”

“May this little glass....”

“Our young people have an open road before them....”

“Here's wishing him a happy childhood....”

“And what a road it is! A first-class highway!”

This caused an even greater hubbub because all the menfolk got up and wanted to drink my health at once.

“I always knew he'd make a man....”

“May this little glass....”

“Our young people have an open road before them....”

“Here's wishing him a happy childhood....”

“And what a road it is! A first-class highway!” [4].

Такие выражения, как «пить за мое здоровье» – «drink my health at once», «молодым везде у нас дорога...» – «our young people have an open road before them...» отлично описывают кавказскую культуру, ведь тосты «за здоровье», теплые пожелания молодежи, – как раз-таки о нем, о Кавказе.

Впоследствии главный герой рассказа действительно поверил и воодушевился всеми теплыми пожеланиями, которые были ему адресованы. Он убедил себя в том, что быть «домашней ищейкой» [5] – его дар, и убедил в этом остальных: «С тех пор я всегда чего-нибудь искал и часто находил неожиданные

вещи, так что прослыл чем-то вроде домашней ищейки» [5]; ср. в английском переводе: „*From then on I was always on the look-out and often made some quite unexpected discoveries, with the result that I became known as a kind of domestic bloodhound*“ [4].

Здесь «ищейка» – «bloodhound» – это «a large hound of a breed with a very keen sense of smell, used in tracking» [7, с. 91]. Так мальчик и прослыл ищейкой с «исключительной чуйкой» на потерянные вещи. Окружающие стали к нему обращаться, а он – с удовольствием помогать, ведь поиски потеряшек – это то, что приносило главному герою, помимо огромного удовольствия, еще и чувство важности и нужности. Бывало и такое, – долгое время в округе ни у кого ничего не терялось, тогда мальчик сам содействовал, дабы не оставаться «без работы»: «Если окружающие меня люди переставали что-нибудь терять, мне приходилось иногда создавать находки искусственно» [5] – „*If the people around me stopped losing things I sometimes had to contrive my discoveries artificially*“ [4].

Конечно же, увлечение мальчика, его желание помогать и быть полезным, не всегда и не всеми интерпретировались верно. В эпизоде с золотым гребешком мальчик ждал, что к нему придут с обращением, но никто не явился: «На следующее утро я еще больше удивился, не обнаружив посыльного у своей постели. Я решил, что золотую гребенку потерял кто-то другой. Но все-таки надо было убедиться, что Любушкина гребенка на месте. Как назло, целый день она не появлялась у окна» [5]; ср.: “*The next morning I was even more surprised to find no messenger at my bedside. I could only conclude that someone else must have lost the golden comb, but I had to make sure that Lyuba's was still in its place. As luck would have it, she stayed away from the window all day and appeared only in the evening*” [4].

В данном примере обратим внимание на устойчивое выражение «как назло» (в переводе – «as luck would have it»). Согласно русско-английскому словарю идиом, данное выражение имеет значение «к счастью или несчастью

(как получится, как будет)» [2, с. 11]. Как известно, осуществить абсолютно идентичный перевод невозможно ввиду различия языковых систем языков. У каждого языка то или иное словосочетание, идиома или простое предложение может звучать по-разному, как и в случае с данным примером.

В конце концов, из всей истории с гребнем нужно было бы сделать вывод, что не всем и не всегда требуется помощь, но мальчик был слишком увлечен, потому и не обращал внимания на гневный всплеск Любы, а лишь разозлился и развел руками: *«–Сама гребень потеряла в саду, а сама обижается, – сказал я и удалился, так и не поняв, в чем дело. В тот вечер Любке крепко попало»* [5]; *ср.: “She lost her comb herself in the garden, and now she's cross about it,” I said, and took myself off, still not realising what it was all about. That evening Lyuba got into hot water”* [4].

Предложение «В тот вечер Любке крепко попало» переведено следующим образом: «That evening Lyuba got into hot water». В словаре идиом, «to get into hot water» дается в значении «попасть в беду» [2, с. 91], если же переводить данное высказывание дословно, получится: «попадать/войти в горячую воду» – у такого буквального перевода нет смысла, потому и значение в данном случае переносное – «попасть в беду/неприятности». В данном случае мы имеем дело с языковой идиоматичностью.

Несмотря на неудачный опыт с гребешком, мальчик не утратил своего энтузиазма и продолжил поиски, но на этот раз улов был случайный и крупный: *«В тот день мы с одним пацаном состязались таким образом на Собачьем пляже. Пляж этот и сейчас так называется, может быть потому, что там строго-настрого запрещают купать собак, а может быть потому, что собак там все-таки купают. И вот я ныряю в последний раз. Дохожу до дна, хочу схватить песок и почти носом упираюсь в большую квадратную плиту, на которой я успел разглядеть изображение двух людей».* [5]; *ср.: “On the day I am speaking of another boy and I were competing in this way on the Dogs' Beach. The beach still has this name, either because it is strictly forbidden to let a dog bathe there,*

or because that is exactly what people do there with their dogs. Well, anyway, I made my last dive, reached the bottom, tried to scoop a handful of sand and nearly bumped my nose on a big square slab, on which I glimpsed what looked like a picture of two people” [4]. „The Dog`s Beach“ – название пляжа в Сухуме – при переводе сохраняет значение.

К сожалению, времени счастливых находок приходит конец, мальчику приходится столкнуться с еще одной неудачей, которая сильно его расстроила и пошатнула авторитет. Он не хотел признавать ошибки настолько, что стеснялся выйти на берег и показаться учителю, которому сам же рассказал про свою находку: *«Я надеялся, что нашим надоест ждать и они уйдут и тогда я вылезу из воды. Но учитель не уходил, а я продолжал нырять» [5]; ср.: “I was hoping they would all go away soon and let me get out of the water. But my form-master was still there, so I went on diving” [4].*

Мальчик продолжал нырять, пока его не окликнули и он не понял, что выискивать в воде больше нечего – находку свою он уже потерял. И хотя главный герой рассказа не хотел расстраивать учителя – он хотел, чтоб тот им гордился, – ему не оставалась ничего, кроме как выйти из воды:

– Может, ее какая-нибудь рыба унесла, – добавил тот же мальчик, прыгая на одной ноге, чтобы вытряхнуть воду из ушей.

Это был первый камушек, я знал, что за ним посыплется град насмешек, но учитель одним взглядом остановил их и сказал:

– Если бы я не верил, я бы не пришел сюда [5].

Ср. в английском переводе: *““Perhaps a fish found it and carried it away,” the same lad added, hopping about with his head on one side to get the water out of his ear. That was the first jibe and I knew there were more to come, but our form-master put a stop to all that with a glance, and said, “If I didn't believe you I should never have come here in the first place” [4].*

В данном примере отметим лексему «jibe» – это вариант написания глагола «gibe», со значением «насмешка, колкость, придирки» [6, с. 34]. У Искандера

лексема «камушек» как раз-таки имеет не буквальный, а переносный смысл, и вложенный в это слово смысл передается английским глаголом «jibe».

В финале рассказа мальчик получил поддержку и веру учителя, хоть это и не избавило его от расстроенных чувств, – все же приятно было сознавать, что есть кто-то на твоей стороне. Когда время счастливых находок прошло, потеряшки больше не приносили удовольствия, а главный герой стал взрослым – нашлось то потерянное, что когда-то беспокоило мальчика. Немаловажно отметить то, как в рассказе переплетаются две перспективы и два образа – маленького мальчика, который ждет новых приключений от жизни, и взрослого автора, который с трепетом вспоминает детство. Сравнивая оригинал и перевод, можно отметить, что переводчик, в основном, справился с поставленной задачей: смысл, семантическая окраска рассказа и заключенные в нем образы были переданы настолько, насколько это было возможно.

Список литературы

1. *Виноградов В.С. Введение в переводоведение. – М.: Советская энциклопедия, 1987. – 752 с.*
2. *Винокуров А. М. Англо-русский словарь идиом. – М.: МАРТИН, 2009. – 352 с.*
3. *Мещеряков В.П., Козлов А.С., Кубарева Н.П. Основы литературоведения. – М.: Дрофа, 2003. – 413 с.*
4. *Искандер Ф. «Forbidden fruit and other stories» [Электронный ресурс]. URL:
https://abkhazworld.com/aw/Pdf/Fazil_Iskander_Forbidden_fruit_and_other_stories.pdf (дата обращения: 14.04.2024)*
5. *Искандер Ф. Рассказы разных лет [Электронный ресурс]. URL:
http://lib.ru/FISKANDER/isk_rassk5.txt_with-big-pictures.html - 8 (дата обращения: 14.04.2024)*
6. *Новый большой англо-русский словарь. – Moscow: Russky Yazyk Publishers, 1993. – Т. 2. – 828 с.*

7. *Concise Oxford American Dictionary*. – Oxford University Press, 2006. – 1159 с.

8. *Cambridge Academic Content dictionary*. – Cambridge University Press, 2009. – 1137 с.

УДК 80

ББК 83

**ПОСТПЕРЕВОДЧЕСКОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ ТЕКСТОВ
ОФИЦИАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ В СФЕРЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ**

*К.В. Савельева, Российский государственный университет
социальных технологий, г. Москва, Россия*

*Научный руководитель: к.ф.н, Леонтьева Л.Е., Российский
государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия*

**POST-TRANSLATION EDITING OF OFFICIAL DOCUMENTS IN THE
SPHERE OF INTERCULTURAL COMMUNICATION**

K.V. Savelyeva, Russian State University of Social technologies, Moscow, Russia
*Supervisor: Ph.D., Leontieva L.E., Russian State University of Social technologies,
Moscow, Russia*

Аннотация. Статья преследует целью сопоставить качество перевода текстов официальных документов, выполненного онлайн-переводчиками, входящими в топ рейтинг самых прогрессивных онлайн-переводчиков на сегодняшний день. Автор пытается показать, что результат машинного перевода требует постпереводческого редактирования со стороны человека переводчика. Новизна статьи заключается в анализе качества перевода наиболее прогрессивных онлайн-переводчиков современности: DeepL, Translator, Яндекс Переводчик, Bing Microsoft Translator, Reverso и Google Translate. Значимость работы заключается в том, что её результаты вносят вклад в исследования в области лингвистики и переводоведения, а также в решение проблем межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: машинный перевод, постпереводческое редактирование, онлайн перевод, качество перевода, перевод официальных документов.

Abstract. The article aims to compare the quality of translation of texts of official documents, made by online translators, which are in the top rating of the most progressive online translators today. The author tries to show that the result of machine translation requires post-translation editing by a human translator. The novelty of the paper lies in analyzing the translation quality of the most progressive online translators of today: DeepL, Translator, Yandex Translator, Bing Microsoft Translator, Reverso and Google Translate. The significance of the work lies in the fact that its results contribute to research in linguistics and translation studies, as well as to solving problems of intercultural communication.

Key words: machine translation, post-translation editing, online translation, translation quality, translation of official documents.

E-mail: savelevakarina221@mail.ru

Высококачественный перевод официальной документации является крайне востребованной областью перевода в среде делового взаимодействия и коммуникации. Машинный перевод в формате онлайн-переводчиков, основанных на развитии искусственного интеллекта, является актуальной и широко обсуждаемой темой в современном обществе, так как затрагивает все важные аспекты человеческой жизни.

Согласно Г. Я. Солганик официально-деловой стиль представляет собой форму коммуникации государств, государства и граждан, а также граждан между собой. Каждый текст, написанный в данном стиле, является документом, и поэтому требует соблюдения строгих правил способов выражения, начиная со структуры текста, расположения его частей. Стандартные языковые формулы и термины не допускают синонимических замен и стремятся к максимальной ясности, чтобы предотвратить неправильную интерпретацию и недопонимания [9, с. 7].

Рассматривая особенности официально-делового стиля, Е. А. Жукова выделяет некоторые другие, не менее важные аспекты, среди которых: наличие определенного круга тем, отсутствие любой двусмысленности в произнесенной

или написанной фразе или предложении, строгая официальность; высокая регламентированность выражений [2, с. 65-66].

С.Ш. Раджабова, рассматривая лексику официально-делового стиля английского языка, выделяет три группы слов: научно-техническую, специальную и общепотребительную лексику. Все они тесно связаны между собой [6, с. 36].

Тексты официально-деловых документов имеют клишированную форму и определенную структуру. Информация, содержащаяся в документе, должна формулироваться строгим образом, согласно установленным стандартам. Поэтому при переводе следует учитывать все особенности, в том числе разновидность документа и содержащуюся в нем информацию, которые во многом определяют выбор тех или иных действий в рамках переводческой стратегии [7, с. 12-14].

Специфика переводов официальных документов обусловлена, в первую очередь, особенностями языка права и коммерции, правилами профессиональной коммуникации, принятыми в той или иной сфере права и коммерции. Такие понятия, как реалии и лакуны, обусловленные культурными различиями, которые также могут встретиться в текстах документов. Они представляют немалую трудность при переводе и поэтому требуют фоновых знаний, чтобы избежать неверной интерпретации и ошибок. Поэтому компетентный переводчик должен уметь различать правовые системы, находить общее и отличное в них, расширять информационный запас (лингвострановедческие, культурологические знания), изучать языковые системы языков оригинала и перевода [7, с. 14-16].

По мнению многих ученых, одним из важных компонентов профессиональной компетенции переводчика является техническая составляющая, которая заключается в умении использовать технические и электронные средства в процессе профессиональной деятельности [10, с. 8].

На сегодняшний день существует два вида перевода, который осуществляется посредством технических ресурсов:

1. Автоматизированный перевод (machine-assisted translation (MAT)). В этом случае перевод осуществляется человеком, программа лишь помогает переводчику перевести текст за меньшее время. Автоматизированный перевод, в свою очередь, имеет разные формы взаимодействия: (1) частично автоматизированный перевод, при котором переводчик использует электронные словари или другие электронные средства, и (2) системы с разделением труда, т.е. программа переводит только те слова и фразы, которые имеют четко заданные структуры, а все, что не включено в структуру перевода, переводит человек.

2. Машинный перевод (machine translation (MT)) – это перевод письменных текстов с одного языка на другой с использованием специальных компьютерных программ [4, с. 106]. В отличие от автоматизированного, машинный перевод основан на статике, он полностью автоматический. В основе машинного перевода заложен принцип сравнения больших объемов языковых пар, поиска наиболее точного перевода с использованием информационных данных, полученных из двуязычной совокупности текстов. Под языковыми парами понимаются тексты, содержащие синтаксические единицы на одном языке и аналогичные им единицы на другом [8, с. 1287-1288].

Говоря о документах, стоит отметить, что машинный перевод может облегчить работу переводчику. Однако не исключены ошибки при переводе падежей, речевых оборотов, при расставлении логико-смысловых акцентов в предложении и при построении самих предложений. Это можно объяснить тем, что в русском и английском языках разная интерпретация падежей: в русском языке через окончание, в английском – через предлоги [5].

Перевод любого текста, в данном случае документа, произведенный с помощью машинного перевода, требует редактирования и дополнительных доработок. Использование машинного перевода предполагает взаимодействие

самого переводчика и программы, осуществляющей перевод. Выделяют следующие виды такого взаимодействия:

- предредактирование – подготовка текста к обработке программой (упрощение текста за счет удаления возможных частей текста с неоднозначным прочтением).
- интерредактирование – внесение корректировок переводчиком в процессе работы программы.
- постредактирование – исправление ошибок и недочетов переведенного текста после завершения обработки текста программой.
- смешанный тип редактирования (включает пред- и постредактирование) [8, с. 1288].

Понятие качества является обобщенным. Оно отражает «степень пригодности информации для решения соответствующей задачи» (по ГОСТ Р ИСО 8000-2-2019). Оно характеризует степень пригодности той или иной информации для ее дальнейшего анализа. Анализ качества не является абстрактным понятием. Для того, чтобы дать экспертное заключение следует учитывать целый ряд критериев, что позволит дать объективную оценку правильности, надежности данных, а также оценить их полноту и точность [13].

Мы проанализировали переводы коммерческих документов, выполненные онлайн-переводчиками: DeepL, Translator, Яндекс Переводчик, Bing Microsoft Translator, Reverso, Google Translate, которые на сегодняшний день являются топовыми онлайн-переводчиками. Было выявлено, что ни один из представленных на данный момент на рынке онлайн-переводчиков, в полной мере не справляется с переводом. Есть случаи, когда в одном месте переводчик переводит правильно, а в другом примерно тоже самое, переводчик не распознает и переводит неправильно. Качество перевода, тем самым, нуждается в значительной доработке со стороны человека-переводчика. Тем не менее, можно выявить некоторые продуктивные трансформации: транслитерация,

подбор эквивалента, подбор словарного соответствия, описательный перевод, модуляция.

Профессиональный переводчик несет ответственность за качество, предоставляемых им услуг, проверяет фактическую информацию, использование надежных источников информации, а также регулярно повышает уровень владения как иностранным, так и родным языком. Редактирование текстов перевода, таким образом, становится инструментом контроля качества [1]

Согласно утверждению Р. К. Миньяр-Белоручева «процесс перевода является «деятельностью переводчика от восприятия текста оригинала до порождения текста перевода, который составляет специфику и основное звено коммуникации с использованием двух языков» [3].

Существует так называемая «производственная модель» перевода, то есть перевода в коммерческих целях. Данная модель предложена Х. Сагером и существенно отличается от техники работы с художественным текстом [15]. Переводы, осуществляемые в коммерческих целях, выполняют определенную коммуникативную задачу, цель которых зависит от непосредственных нужд заказчика. Для того, чтобы перевод соответствовал требованиям заказчика переводчику необходимо уточнять специфику перевода, осмыслить текст и определить правильную стратегию его перевода, подобрать правильные эквиваленты на языке перевода, перевести текст и затем в обязательном порядке его отредактировать.

Существует также и другая модель перевода, предложенная С. Лоффером. Согласно ей перевод делится на этапы понимания текста оригинала, поиск переводческих соответствий и проверку качества перевода [12].

Джеффри Самюэльссон-Браун [16] предлагает модель перевода, в которой акцент делается на редактировании текстов, который включает в себя корректуру, редактирование и контроль качества текста перевода. Весь процесс работы над переводом является трехступенчатым процессом, включающим

предпереводческий анализ текста оригинала, перевод текста, постпереводческое редактирование текста перевода. Процесс редактирование является неотъемлемой частью работы переводчика. Владея навыками редактирования текстов, переводчик способен повысить уровень перевода до требуемого уровня.

Б. Моссоп отмечает, что термины «редактирование», «контроль качества», «проверка», «повторное прочтение» в целом являются синонимичными понятиями [14]. Д. Грэхэм подчеркивает разнообразие участников переводческого процесса и уровней контроля его качества [11].

Согласно европейскому стандарту EN1538 на оказание переводческих услуг переводчик после завершения первоначального перевода должен проверить свою работу и устранить все обнаруженные недостатки, обратив особое внимание на правильную передачу смысла; отсутствие пропусков и ошибок; соответствие перевода спецификации услуг [17].

Тем самым стоит подчеркнуть важность работы человека-переводчика. Его роль в данном вопросе существенна, так как качество и эффективность перевода напрямую зависит от уровня владения им двумя и более языками, умением разбираться в тонкостях и особенностях составления официальных документов, способностью осуществлять высококачественное аналитическое постредактирование текстов, что, несомненно, способствует повышению уровня межкультурной коммуникации.

Список литературы

1. *Дакукина Т.А. Формирование культурно-языковой личности в процессе обучения переводу (на материале текстов культурно-страноведческого характера) // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2011. – №. 9. – С. 191-194.*

2. *Жукова Е.А. Особенности официально-делового стиля // Вестник Московского информационно-технологического университета–Московского архитектурно-строительного института. – 2018. – №. 1. – С. 65-67.*

3. Комиссаров В.Н. *Современное переводоведение*. – М.: ЭТС, 2002. – 424 с.
4. Кочеткова Н.С., Ревина Е.В. Особенности машинного перевода // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – 2017. – №. 6-2 (72). – С. 106-109.
5. Марчук Ю. Н. *Проблемы машинного перевода / Ю.Н. Марчук*. – М.: Наука, 1983. – 234 с.
6. Раджабова С. Ш. Лексика официально-делового стиля английского языка // *The Scientific Heritage*. – 2020. – №. 50-5. – С. 36-39.
7. Скворцов О. Г. *Перевод деловой и юридической документации: учебное пособие*. М.: Флинта, 2019. – 139 с.
8. Скворцова О. В. Проблемы и преимущества автоматизированного и машинного переводов / О. В. Скворцова, Е. В. Тихонова. // *Молодой ученый*. – 2016. – №9 – С. 1287–1289.
9. Солганик Г. Я., Дроняева Т. С. *Стилистика современного русского языка и культура речи: Учеб. пособие для студ. фак. журналистики / Г. Я. Солганик, Т.С. Дроняева*. – 3-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 256 с.
10. Шевчук В.Н. *Электронные ресурсы переводчика: Справочные материалы для начинающего переводчика*. – М.: Либрайт, 2010. – 136 с.
11. Graham J. D. *Checking, Revision and Editing. The Translator's Handbook*. – London: Aslib, 1983. – 270 p.
12. Lauffer S. *The Translation Process: an analysis of observational methodology // Cadernos de tradução*. – 2002. – Т. 2. – №. 10. – С. 59-74.
13. Loginom [Электронный ресурс]. URL: <https://loginom.ru/> (дата обращения: 15.02.2024).
14. Mossop B. *Revising and Editing for Translators*. – Manchester: St Jerome, 2001. – 177 p.

15. Sager Juan C. *Quality and standards: the evaluation of translations. The Translator's Handbook. Catriona Picken (ed.). – London: ASLIB, 2ème ed. – 1989. – P. 91–102.*

16. Samuelsson-Brown G. *Working Procedures, Quality and Quality Assurance. The Translator's Handbook. Rachel Owens (ed.). – London: Aslib, 3 ed. – 1996, 216 p.*

17. *European Standard EN 15038: 2006 Translation Services, 2007.*

УДК 80

ББК 83

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Е.А. Смага, Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия

FEATURES OF THE TRANSLATION OF REALITIES IN A LITERARY TEXT

E.A. Smaga, Russian State University of Social technologies, Moscow, Russia

Аннотация. Целью статьи является рассмотрение вопроса перевода реалий в художественном тексте. Сложность представляет перевод региональных особенностей языка, реалий, связанных с культурными особенностями. Данная тема является актуальной в практике перевода художественной литературы, так как язык напрямую отражает менталитет и культуру его представителей. В данной статье автор указывает на то, что при переводе реалий необходимо задействовать весь спектр переводческих трансформаций. Результаты исследования могут помочь переводчикам в работе над художественными текстами обогащенными реалиями.

Ключевые слова: теория и практика перевода, художественный текст, реалии, национальный колорит, переводческие трансформации.

Abstract. The purpose of the article is to consider the issue of translating realities in a literary text. The difficulty is the translation of regional features of the language, realities related to cultural

characteristics. This topic is relevant in the practice of translating fiction, as the language directly reflects the mentality and culture of its representatives. In this article, the author points out that when translating realities, it is necessary to use the full range of translation transformations. The results of the study can help translators to work on fiction texts enriched with realities.

Key words: theory and practice of translation, literary text, realities, national flavor, translation transformations.

E-mail: yekaterina.smaga00@mail.ru

Вопрос сохранения и передачи национального и исторического колорита в художественных произведениях занимает особое место в теории перевода. Каждое литературное произведение отражает ту эпоху, в которую оно было создано, исторические, культурные особенности той или иной страны, народа, отличительные черты их менталитета. Именно поэтому при переводе особенно важно передать национальный колорит произведения.

В «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахманова определяет понятие «колорит» как особое свойство художественного произведения, характеристики персонажа и т. д., обуславливаемое наличием слов и выражений, заимствуемых из диалекта или языка какой-либо эпохи, отражающих характерные черты какого-либо языка, реалии какой-либо местности и т. п. [1, с. 200].

По мнению М. Л. Чибировой, национальный колорит – это неотъемлемая часть оригинального художественного произведения, которая представляет совокупность художественных элементов разных уровней: художественной, идейной, речевой [12, с. 4].

Национальный колорит – это своего рода призма, через которую можно по-новому взглянуть на литературное произведение. В основном он проявляется на лексическом уровне текста [5].

По признаку жанровой принадлежности переводимого материала и жанрово-стилистической характеристики одним из самых сложных видов перевода считается перевод художественных произведений. Здесь переводчик

сталкивается с большим количеством тонкостей, которые вызывают трудности при переводе текста с одного языка на другой.

Художественный перевод – это не просто перевод, а своего рода творческая деятельность, в которой большую роль играет эстетическое воспроизведение оригинала. Т. А. Казакова определяет художественный перевод как литературно-творческую игру, в ходе которой воплощается художественный замысел или системы образных концептов [3, с. 22].

Ю. А. Сорокин используют такое понятие, как «культурологическое правдоподобие». Исследователь утверждает, что «именно реконструкция пропозициональных культурологических соотношений и составляет суть переводческой деятельности» [11, с. 81].

Книга К. И. Чуковского «Высокое искусство» стала одним из первых исследований, в котором была затронута проблема национального колорита подлинника. Согласно автору, переводчики понимают, что, если они не отразят в своем переводе какие-либо национальные черты, присущие определенному народу, это будет означать прежде всего неуважение к его национальной культуре [13, с. 93]. Художественный перевод, по мнению И. А. Кашкина, должен представить читателю действительность другого народа и ее «чужеземность», передать стилистическую особенность оригинального произведения, сохранить текст в «его народной одежде» [4, с. 457].

Одним из языковых средств, позволяющих передать национальный колорит в произведении, является реалия. Колорит можно считать главной характеристикой реалии. Именно он создает из нейтральной, «неокрашенной» лексической единицы «национально-окрашенную» реалию.

Перевод – это важное средство межкультурной коммуникации, мысли носителей одного языка выражаются средствами другого. Рассматривая художественный перевод, исследователи относятся к нему как к виду вербального искусства, который способен сблизить народы, познакомить с

другими культурами, открыть новые горизонты во взглядах на себя, мир и творчество [7, с. 68].

Трудности перевода такого вида текстов очевидны. В первую очередь, они возникают в результате принадлежности автора произведения (реципиента, для которого рассчитано произведение, соответственно) и переводчика (и народа, на язык которого он переводит) к разным культурам, с которыми в свою очередь соотносится разное мировосприятие, взгляды, ценности, жизненные установки и т.д. [7, с. 67].

Так, происходит столкновение двух культурных систем. В переводе так или иначе отражается данное противоречие, которое исследователи определяют как «фактор культуры в переводе» или «межпространственный фактор». Задачей переводчика при переводе художественной литературы является выравнивание этого фактора, которое достигается путем выбора наиболее подходящих слов и выражений, обладающих схожим смысловым оттенком в том или ином контексте перевода [8, с. 8].

При работе с текстом переводчик должен воссоздать на языке перевода такое литературное произведение, которое будет оказывать такое же художественно-эстетическое воздействие на читателя перевода, как и на носителей языка оригинала. Если переводчик смог добиться этого, то коммуникативный эффект оригинального произведения был воспроизведен адекватно [8, с. 8].

Понятие «перевод реалий» достаточно условно. Исследователи сходятся во мнении, что реалии не переводимы (в словарном порядке) и, как правило, в контексте передаются не путем перевода. «Если говорить о неперево­димости, то именно реалии, как правило, и неперево­димы», – пишет Л. Н. Соболев. [10, с. 281].

С. Влахов и С. Флорин выделяют две основные трудности при передаче реалий: 1) отсутствие в ПЯ эквивалента или аналога, связанное с отсутствием того или иного обозначаемого предмета или явления в этом языке; 2)

необходимость передачи не только семантики, но и коннотации (национального колорита) реалии. Таким образом, ученые приходят к выводу, что определенного способа перевода реалий не существует; в каждом конкретном случае переводчик, основываясь на общих теоретических положениях, контексте, а также приобретенных фоновых знаниях и опыте, выбирает наиболее подходящий вариант перевода [2, с. 80].

Выделяют следующие наиболее характерные переводческие трансформации реалий: родо-видовая замена [8, с. 67]; функциональный аналог – способ перевода реалии, позволяющий вызвать сходную реакцию у реципиента, носителя ПЯ [14, с.251]; описательный перевод [8, с. 67], контекстуальный перевод [6, с. 45].

Художественная литература составляет неотъемлемую часть культурного наследия общества. Это кладезь познания, образования, воспитания молодого поколения, материал, формирующий общественное сознание, с помощью которого человек учится анализировать поведение героев, те ситуации, в которые они попадают либо по воле судьбы, либо в силу принятия ими тех или иных решений.

Качественный художественный перевод дает произведению, написанному на одном языке, новую жизнь, расширяя языковые и культурные рамки. Однако стоит отметить, что работа над переводом художественных произведений с одного языка на другой, требует от переводчика огромного мастерства, особенно когда речь идет о произведениях, отягощенных культурными реалиями, написанных в определенных социальных условиях.

Список литературы

1. Ахманова О.С. *Словарь лингвистических терминов. Изд. 2-е, стереотипное.* – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 576 с.
2. Влахов С. Флорин С. *Непереводимое в переводе.* – М.: «Международные отношения», 1980. – 343 с.

3. Казакова Т.А. *Художественный перевод: теория и практика: учебник* / Т.А. Казакова. – СПб.: ИнЪязиздат, 2006. – 535 с.
4. Кашкин И. А. *Для читателя-современника: статьи и исследования.* – Москва: Сов. писатель, 1968. – 562 с.
5. Поликутина Л.Н. *Лингвистические особенности национального колорита в художественном тексте: на прим. вост. повести М.Ю. Лермонтова «Демон»: автореф. дис. ... канд. филол. наук* / Поликутина Л.Н. – Тамбов, 2010. – 23 с.
6. Рецкер Я.И. *Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода/ Дополнения и комментарии Д.И. Ермоловича.* 3-е изд. , стереотип. – М.: «Р. Валент», 2007. – 244 с.
7. Рудакова Т. В. *Проблема художественного перевода // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук.* – 2016. – №. 7-3. – С. 67-69.
8. Рудякова Н. Ю. *К вопросу о способах перевода русских реалий на английский язык в художественной литературе // Вологдинские чтения.* – 2008. – №. 66. – С. 66-69.
9. Скачкова Е.А. *Художественный перевод: Уч. пос.: практикум* / Е.А. Скачкова, Л.В. Ещеркина, Ю.В. Казаченок. – Челябинск: ОУ ВО «Южно-Уральский технологический университет», 2021. – 83 с.
10. Соболев Л.Н. *О переводе образа образом // Вопросы художественного перевода.* – М.: Советский писатель, 1955. – С. 270-290.
11. Сорокин Ю.А., Шаховский В.И., Томашева И.В. *Текст и его когнитивно-эмотивные метаморфозы.* – Волгоград: Перемена. – 1998. – 148 с.
12. Чибирова М.Л. *Художественный перевод и проблема национального колорита: На материале русских переводов осетинской поэзии второй половины XX века: автореферат дис. ... кандидата филологических наук* / М.Л. Чибирова – Владикавказ, 2005. – 22 с.
13. Чуковский, К. И. *Высокое искусство: принципы художественного перевода.* – Москва: Азбука, 2011. – 442 с.

14. Швейцер А. Д. *Перевод и лингвистика: (Газетно-информационный и военно-публицистический перевод)* / А. Д. Швейцер. – М., 1973. – 310 с.

Теория языка. Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание

УДК 81'38

ББК 81.006.3

**СОВРЕМЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ
КОРРЕКТНОСТИ И ИСТОЧНИКИ ЕЁ ФОРМИРОВАНИЯ**

*В.Р. Олейник, Российский университет дружбы народов имени Патриса
Лумумбы, г. Москва, Россия*

**THE MODERN STATUS OF POLITICAL CORRECTNESS AND THE
SOURCES OF ITS FORMATION**

*V.R. Oleynik, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice
Lumumba, Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена статусу и особенностям современной политической корректности, а также историческим предпосылкам её формирования.

Ключевые слова: политическая корректность, эвфемизация, «деревянный язык», языковая манипуляция.

Abstract. This article is devoted to the problem of the functioning of modern political correctness and the historical pretexts of its development.

Key words: political correctness, euphemisms, artificial language, linguistic manipulation.

E-mail: fyvapit@yandex.ru

Термин «политкорректность» регулярно присутствует в политическом лексиконе современного общества. Теперь он относится к конкретному социальному явлению с широкой оглаской. Хотя определение политической корректности может быть спорным, согласно С. Г. Тер-Минасовой, «политическая корректность — это инстинктивная потребность заменить

выражения более радикального характера, связанные с полом, национальной принадлежностью, социальной стратой, с целью сгладить их остроту и сменить вектор негативной коннотации на более позитивный» [4, с. 215]. Как можно увидеть, данное определение весьма канонично интерпретирует это явление.

Поскольку марксизм и маоизм сыграли колоссальную роль в формировании подлинного значения концепции политической корректности, в современном мире люди стали всё чаще и чаще сталкиваться с немного иной коннотацией, ставшей инструментом для доминирования релятивистских учений. Некоторые учёные полагают, что политически корректный язык стал особой формой доминации над женщинами и другими меньшинствами, как, например, расовые меньшинства, поскольку, входя в состав либеральных учений, он показал себя с весьма гибкой позиции и продемонстрировал свою особую склонность к приобретению множественных и более глобальных значений, порой не имеющих никакой прямой связи с первостепенным значением слов.

Пока некоторые адепты политического равноправия защищают богатый инструментарий политически корректного языка, другие принимают критику более консервативного характера.

Например, по мнению В.Н. Базылева, «человечество должно ограждать себя от догматического мышления и устанавливать определённые нормированные формы речевого этикета, чтобы отдельные слова и выражения не становились частью поликультурных войн». Политическая корректность нередко рассматривается как способ более мягкого и непредвзятого отношения к национальной принадлежности, идеологическим воззрениям, цвету кожи и мировосприятию [1, с. 8].

В то время как некоторые учёные полагают, что политически корректный язык склонен к сокрытию или сглаживанию общественно-важной информации, другие убеждены, что это блестящий способ выступить в защиту наиболее неприспособленных групп людей. С социальной позиции данный язык может

просто демонстрировать себя в качестве формы уважения и примитивного снисхождения к собеседнику без какой-либо чётко поставленной цели продемонстрировать своё политически корректное намерение. В данной ситуации рычаг политической корректности больше приобретает характеристику превентивной меры или даже некой самоцензуры, когда мы полностью отдаём себе отчёт в сказанном и подбираем те слова и реплики, которые не встанут на пути, дабы установить простой контакт. Возможно, в какой-то степени это даже станет примером здорового конформного поведения, к которому мы нередко прибегаем дабы наладить отношения с собеседником.

Диспуты относительно политической корректности в целом представляют особую ценность в области общественно-политической лексики и научной деятельности. В рамках этих всеохватывающих социально-научных дебатов можно обнаружить общую тенденцию, которая разделяет утверждения относительно политической корректности на две полярные стороны:

1) толерантные адепты, которые выступают за нормативную разработку отдельных правил и форм регуляции речи ради создания более благоприятных условий для всех социальных эшелонов и групп, различающихся по тому или иному признаку;

2) либералы Просвещения, которые выступают против политической корректности, поддерживая открытый дискурс в пользу поиска истины и научную рациональность.

Эта дихотомия возникла, когда второй лагерь осудил первый и занял всеобъемлющую позицию против эмпатической стороны политической корректности. В данном случае можно утверждать, что:

1) на самом деле ни один из лагерей не защищает открытый научный дискурс;

2) политическая корректность – это механизм защиты либеральных ценностей;

3) обе стороны тем или иным образом поддерживают политическую корректность на международном уровне.

Политическая корректность подчеркивает необходимость сильной инклюзивной позиции, поскольку эмпатия напрямую влияет на развитие коммуникативной ситуации и на формирование неблагоприятных тенденций, часто бытующих в обществе и формирующих токсичную парадигму взаимоотношений. Чтобы убедить людей в необходимости соблюдать нормированные законы в отношении разных социальных групп, предлагается обратить внимание на формирование отдельных правовых систем и даже штрафных санкций в случае пересечения урегулированных границ.

Политическая корректность тем и опасна, что носит всепоглощающий латентный характер, ведь она прививается практически неосознанно через культурные каналы взаимодействия, которые мы не так часто привыкли оценивать критически. В каком-то смысле данную методику можно назвать революционной, поскольку она исказила человеческое понимание о потреблении информации и сделала нас слепыми последователями общих тенденций, которые мы не привыкли подвергать какому-либо скрупулёзному анализу. Это тот тип информации, который мы впитываем стихийно на базе наших инстинктов и, к сожалению, это становится нашим самым уязвимым местом впоследствии.

Термин «политкорректность» вместе с соответствующим «деревянным языком» должен был вновь появиться в меняющейся Америке 1950-х и 1960-х годов. Как и в случае с тоталитарными режимами, и здесь к двум понятиям относились по-разному: сначала их рассматривали со всей серьезностью, а соответствующие термины употребляли с предельной трезвостью; затем они стали объектом иронии, а также средством сплочения догматиков — тех людей, которые не понимали, что свобода личности не может быть отделена от свободы ее выражения. От феминисток середины 20-го века и антисегрегационистов 1960-х нам довелось шутить о некоторых преувеличениях, вытекающих из самой жесткости предлагаемых мер. Например, потребовали запретить слово «*черный*»

в таких словах, как «*черный кофе*» или «*классная доска*» («*blackboard*») [2, с. 137].

Кажется, что в последние годы было все меньше и меньше случаев, когда политкорректность (с ее «деревянным языком») принималась и воспринималась всерьез. Чаще всего «деревянный язык» остается инструментом иронии и используется в сатирических целях, поэтому необходима высокая осведомленность о возможностях того или иного языка и хорошее знание аудитории.

В социальной психологии есть и другие причины считать связь между политкорректностью и «деревянным языком» интересной и важной. Исследования в этой научной области, проводившиеся в Америке в 1920–30-е годы, свидетельствовали о человеческой натуре, характеризующейся особой податливостью. Идея была быстро принята широкой публикой и даже в академической среде. Поскольку человеческое мировоззрение является результатом социального конструкта и определяется языком, возможно в какой-то степени и изменить мировоззрение, изменив, в свою очередь, язык [3, с. 179].

В этой связи неудивительно, что политическая корректность стала предметом бесконечных диспутов, постоянно меняющих наше отношение относительно современных лингвистических тенденций. Безусловно, у данного явления есть как плюсы (защита угнетённых или наиболее уязвленных групп населения), так и минусы (форма манипуляции, неживой язык, нарушающий общепринятые формы изложения мысли). В большинстве своём учёные сходятся на том мнении, что инструментарий политически корректного языка крайне не упорядочен и вследствие этого используется некорректно и зачастую стихийно. Кроме того, политкорректность часто искажает смысл главного посыла и направлена против передачи конкретной сути, тем самым ухудшая язык.

Список литературы

1. *Базылев В.Н. Языковые императивы «политической корректности»*

// *Политическая лингвистика*. – № 3. – 2007. – С. 8-12.

2. Мерзлякова Л.В. Языковой аспект политкорректности / Вестник ОГУ. – № 6. – 2002. – С. 137-140.

3. Остроух А.В. Политическая корректность в США: культурологический аспект проблемы: дис. ... канд. филол. наук / А. В. Остроух. – Москва, 1998. – 179 с.

4. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – Москва: Слово, 2000. – 261 с.

УДК 80

ББК 83

ТОПОНИМЫ В СОВРЕМЕННОМ ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

К.А. Семенова, Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия

Научный руководитель: к.ф.н, Фурат К.М., Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия

TOPONYMS IN MODERN TURKISH

K.A. Semenova, Russian State University of Social technologies, Moscow, Russia

Supervisor: PhD, Furat K.M., Russian State University of Social technologies, Moscow, Russia

Аннотация. Целью статьи является исследование топонимов в современном турецком языке, их структуру, происхождение и семантику. На основе анализа примеров выявляются закономерности словообразования и классифицируются различные типы топонимов. Исследование имеет теоретическое и практическое значение, способствуя изучению истории и культуры тюркских народов и развитию лингвистики и географии. Топонимы, являясь именами собственными географических объектов, являются важным элементом лексической системы турецкого языка. Понимание турецких топонимов требует знания лингвистического и исторического фона страны. Многие географические названия содержат элементы из разных языков, таких как греческий, латинский, персидский и арабский, что отражает мультикультурное влияние региона. Кроме того, некоторые топонимы могут иметь несколько

значений или интерпретаций, в зависимости от исторического периода и региональных диалектов. Значимость работы заключается в том, что её результаты могут помочь переводчикам в работе над художественными или официальными текстами, обогащенными названиями различных географических объектов – город, река, гора или другой природный объект.

Ключевые слова: исследование, художественный текст, топонимы, культура, происхождение.

Abstract. The purpose of the article is to study toponyms in the modern Turkish language, their structure, origin and semantics. Based on the analysis of examples, the patterns of word formation are revealed and various types of toponyms are classified. The research has theoretical and practical significance, contributing to the study of the history and culture of the Turkic peoples and the development of linguistics and geography. Toponyms, being the names of proper geographical objects, are an important element of the lexical system of the Turkish language. Understanding Turkish toponyms requires knowledge of the linguistic and historical background of the country. Many geographical names contain elements from different languages such as Greek, Latin, Persian and Arabic, reflecting the multicultural influence of the region. In addition, some toponyms may have several meanings or interpretations, depending on the historical period and regional dialects. The significance of the work lies in the fact that its results can help translators in working on artistic or official texts enriched with the names of various geographical objects, a city, a river, a mountain or another natural object.

Key words: research, literary text, toponyms, culture, origin.

E-mail: semenovakarina2015@yandex.ru

В современном мире топонимы играют важную роль в обозначении местности и формировании культурного контекста языка. Изучение топонимов в различных языках позволяет понять историю, географию и культуру народа. Данная статья посвящена анализу топонимов в современном турецком языке. Целью данного исследования является рассмотрение определения топонимов, приведение примеров современных топонимов, а также изучение истории эволюции топонимов в турецком языке. Путем анализа данных разделов мы сможем расширить свои знания о турецкой лингвистике, истории и культуре.

Топонимы, являющиеся названиями географических объектов, играют важную роль в формировании языковой и культурной идентичности народа. Современный турецкий язык богат различными топонимами, отражающими историю, географию, культуру и обычаи этого региона. Каждый топоним несет в себе следы прошлого, прослеживаются исторические события, культурные влияния и даже языковые корни. Изучение топонимов современного турецкого языка позволяет нам погрузиться в богатое культурное наследие этой страны, понять особенности ее истории и географии. Турция, расположенная на стыке двух континентов и имеющая древнюю историю, является местом, где слились и взаимодействовали различные культуры и цивилизации. Именно поэтому топонимы этой страны являются уникальным памятником истории и культуры. В данной статье мы рассмотрим определение топонимов в современном турецком языке, приведем примеры наиболее известных топонимов этого региона, рассмотрим историю их эволюции, а также сделаем выводы о важности изучения топонимов для понимания культурного наследия Турции. Рассматривая топонимы современного турецкого языка, мы сможем увидеть мозаику исторических событий, которые сформировали лингвистический пейзаж этой удивительной страны.

Топонимы в современном турецком языке представляют собой названия географических объектов, таких как города, реки, озера, горы, а также населенные пункты и другие места. Эти названия отражают историю, культуру, географию и общество региона, где они используются. Турецкий язык богат разнообразием топонимов, которые могут иметь разные происхождения и значения. Одной из характеристик топонимов в турецком языке является их сочетание из различных элементов. Например, название города или деревни может состоять из имени местности, природного объекта, связанного с географическим положением, исторического события или личного имени. Такие элементы часто отражают особенности местности или историческое прошлое места, что делает топонимы уникальными и запоминающимися. Одним из

примеров топонимов в современном турецком языке является название столицы Турции – Анкара. Этот топоним имеет древнегреческое происхождение и происходит от слова «ἄγκυρα» (ангкыра), что означает «якорь». Такое название связано с историческими событиями и важностью города как центра страны. Также стоит упомянуть топоним Босфор – Босфор. Это название происходит от древнегреческого слова «βόσπορος» (боспорос), что означает «коровий переход». Этот топоним связан с уникальным географическим положением Босфора, который является важным местом для морских переходов и торговли. Топонимы в турецком языке могут также претерпевать изменения по мере времени. Некоторые названия могут быть устаревшими или не используются в современном обиходе, в то время как другие могут быть введены в результате территориальных изменений или социокультурных процессов. Например, Слово «Адрия» (Adriyatik) в турецком языке относится к Адриатическому морю. В прошлом оно включало в себя часть территории, которая находится сейчас в других странах, таких как Черногория и Хорватия. Следовательно, когда территориальные границы изменились, топоним также претерпел изменение и ограничивается территорией, принадлежащей Турции.

Топонимы в современном турецком языке могут быть аутентичными, сохраняющими историческое наследие и локальную идентичность, например, «Бизантия» (Byzantion). Это был первоначальный греческий город, который позднее стал основой для строительства Стамбула. Территория Bizantion включала в себя часть современного Стамбула и Мраморное море. Использование топонима «Бизантия» отражает историческую значимость этой местности, а также свидетельствует о преемственности и культурном наследии города. Они также могут быть и новыми, созданными для отражения современной реальности и потребностей общества, например, «Восточная Мармара» (Doğu Marmara) – это географический регион в Турции, который объединяет провинции Кокеджали, Сакарья и Биледжик. Название «Восточная Мармара» было создано для обозначения этого конкретного региона,

отличающегося от «Западной Мармары» (Batı Marmara). Это является примером топонима, который был введен для лучшего охвата и понимания географического разделения и организации Турции. Таким образом, топонимы в современном турецком языке играют ключевую роль в представлении и характеристике местности, общества и культуры Турции. Они отражают сложные взаимосвязи между языком, историей и географией, представляя собой уникальное явление, которое требует дальнейшего изучения и анализа для полного понимания истории и культуры этого региона.

Примеры топонимов современного турецкого языка отражают богатое культурное наследие и историю региона. Одним из таких топонимов является «Стамбул» (İstanbul). Этот город является крупнейшим в Турции и символом переплетения различных культур и цивилизаций. Название «Стамбул» происходит от греческого слова «Εἰς τὴν Πόλιν» (Eis tin Polin), что значит «в город». Этот топоним отражает историческое значение города как центра культурного и политического развития. Еще одним интересным примером является «Айвалык» (Ayvalık). Это название города на западном побережье Турции. Происхождение этого топонима связывается с турецким словом «аува» (груша) и словом «alık» (место). «Каппадокия» (Kıbrıs) – еще один уникальный топоним, относящийся к региону в Центральной Анатолии в Турции. Одна из версий гласит о том, что название региона произошло от персов, назвавших местность «Хаспадуя» (*Haspaduya*), что переводится как «Страна прекрасных лошадей». Регион славится своей удивительной природой, пещерными городами и историческими памятниками, привлекая туристов со всего мира. Еще одним примером является Измир (İzmir), третий по величине город в Турции. Название «Измир» происходит от греческого слова «Σμύρνη» (*Smýrnē*) и ассоциируется с древнегреческими корнями. Измир является примером города, который сочетает в себе историческое наследие и современный облик, став одним из крупных культурных и экономических центров страны. Таким образом, примеры топонимов современного турецкого

языка отражают многовековую историю региона, культурные влияния и значения, которые придают географическим объектам и городам уникальность и особенность, делая их частью общей культурной и исторической парадигмы Турции.

История эволюции топонимов в турецком языке очень богата и интересна. Она отражает множество исторических и культурных аспектов развития этого языка и его влияние на окружающие регионы и народы. Первоначально турецкий язык включал в себя множество тюркских диалектов, которые использовались различными тюркскими племенами в разных регионах. С течением времени многие из этих диалектов стали сливаться и давать жизнь новым формам турецкого языка. Этот процесс языковой эволюции отразился и на топонимах. Самый яркий период эволюции топонимов в турецком языке связан с историческими событиями в регионе. Начиная с тюркского завоевания региона и создания Османской империи, на протяжении веков турецкий язык и его топонимы активно взаимодействовали с арабским, персидским, греческим и другими языками и культурами. Важной частью истории топонимов в турецком языке является период формирования современной Турецкой Республики после падения Османской империи. В этот период произошли значительные изменения в лингвистической политике страны, и многие топонимы были переименованы с целью укрепления турецкой идентичности и отражения современных политических и социокультурных процессов. Особенно интересным аспектом истории эволюции топонимов в турецком языке является влияние языковой реформы в начале XX века, проведенной Мустафой Кемалем Ататюрком. В рамках этой реформы произошли значительные изменения в турецком языке, включая модернизацию алфавита и упразднение использования арабской письменности, что повлекло за собой изменения в звучании и написании топонимов. В современной Турции и других тюркоговорящих странах продолжается процесс эволюции топонимов в турецком языке под воздействием глобализации, миграций, технологического прогресса и других факторов.

Однако история этих топонимов все еще отражает богатое наследие и культурное многообразие, которые являются важными компонентами турецкой лингвистической и исторической картин. Таким образом, история эволюции топонимов в турецком языке является увлекательным путешествием через времена и события, которые сформировали современный лингвистический пейзаж этого удивительного языка и его важное место в мировой культуре.

В ходе изучения топонимов современного турецкого языка становится очевидным, что они несут в себе богатое культурное наследие и историческое значение. Топонимы отражают сложную мозаику событий и процессов, которые формировали современное географическое пространство Турции. Они являются своеобразным ключом к пониманию истории этой страны, ее культуры, традиций и связей с другими народами. Изучение топонимов позволяет увидеть, каким образом различные народы, культуры и языки взаимодействовали и влияли друг на друга на протяжении веков. Они являются невероятно важным аспектом исследования языковой и культурной истории Турции. Каждый топоним является своеобразным маяком, указывающим на глубину времени и множество событий, которые оказали влияние на формирование названий городов, рек, гор и других географических объектов. Большое внимание уделено исследованию истории эволюции топонимов в турецком языке, что позволяет увидеть, как они изменялись под воздействием различных языков и культур. Этот анализ помогает понять глубину взаимосвязей между различными этнокультурными группами и их вклад в формирование турецкого языка и культуры. Итак, изучение топонимов современного турецкого языка является не только увлекательным путешествием по многообразию названий географических объектов, но и ключом к пониманию богатой истории и культуры Турции. Топонимы сохраняют в себе частичку каждой эпохи, каждого народа, каждого языка, которые внесли свой вклад в формирование современного облика этой удивительной страны.

Список литературы

1. Айляров Ш.С. Учебник турецкого языка / Под ред. В.А. Гордлевского; М-во высш. образования СССР. Моск. ин-т востоковедения. – Москва: Изд-во МИВ, 1954. – 412 с.
2. Алиева Г.Н., Зербалиева Н.Ф., Магомедова Х.М. Историко-этимологическая характеристика некоторых топонимов // Российский социально-гуманитарный журнал. – 2015. – № 3. – С. 3.
3. Беленькая В.Д. Топонимы в составе лексической системы языка. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1969. – 168 с.
4. Гюнер И., Эртюрк М. Исследование источников турецких названий центральных городов. – Ун-т Мугла, Журнал СБЕ, Весна 2004, Вып. 12. – 165 с.
5. Комков А. М. Словарь географических названий зарубежных стран. – М.: Недра, 1986. – 459 с.
6. Никонов В.А. Введение в топонимику. – М., 1965. – 348 с.
7. Озкан С.Х. Исследование топонимов Алании по записям XVI века // Международный журнал общественных наук. – Вып. 5, изд. 3. – М., 2012. – 56 с.
8. Подольская, Н.В. Какую информацию несет топоним // Принципы топонимики. – М.: «Наука», 1964. – 100 с.
9. Селищев А.М. Из старой и новой топонимики. – М., 1968. – 249 с.
10. Филологические особенности турецкого языка [Электронный ресурс]. – URL: https://spravochnick.ru/yazykoznanie_i_filologiya/filologicheskie_osobennosti_tureckogo_yazyuka/ (дата обращения: 12.04.2024)

УДК 811.512.141

ББК 81в3

ПОНЯТИЕ КОНЦЕПТА В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ

К.В. Томашевич, Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия

THE CONCEPT OF A “CONCEPT” IN LINGUOCULTUROLOGY

K.V. Tomashevich, Russian State University of Social technologies, Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена изучению понятия «концепт» в лингвокультурологии, обзору и анализу истории его изучения в лингвистике. Центральной темой статьи является представление концепта как основы лингвокультурологии, достигнутое благодаря анализу и развитию концептуальных направлений. Методы концептуального анализа и разносторонние подходы к классификации концептов дополняют описание ключевых понятий в лингвокультурологии. Концепт представляет собой сложное ментальное формирование, что приводит к разным трактовкам его определения.

Ключевые слова: концепт, концептуальный анализ, классификация концептов, универсальный концепт, национальный концепт.

Abstract. The article is devoted to the study of the concept of “concept” in linguoculturology, a review and analysis of the history of its study in linguistics. The central theme of the article is the presentation of the concept as the basis of linguoculturology, achieved through the analysis and development of conceptual directions. The methods of conceptual analysis and versatile approaches to the classification of concepts complement the description of key concepts in linguoculturology. The concept is a complex mental formation, which leads to different interpretations of its definition.

Keywords: concept, conceptual analysis, classification of concepts, universal concept, national concept.

E-mail: tom.kirill98@gmail.com

В ходе развития человечества система представлений о мире менялась и обогащалась новыми знаниями, что способствовало формированию новых концептов. В современном научном пространстве термин «концепт» широко используется в различных областях науки о языке. Понятие «концепт»

достаточно современно и используется в разных науках, таких как культурология, лингвистика, литературоведение, философия, психология [5].

Появление концепта принято отсчитывать со средних веков, когда концепт рассматривался как средство общения между человеком и Богом. В таком взаимодействии концепт, как считалось в 12 веке, был самым смыслом. К 14 веку спор между номиналистами и реалистами привел средневековую философию к выводу о том, что концепты начали пониматься как имена, имеющие особое «психологическое образование», несущую определенную смысловую функцию [4].

В 19 и 20 веках на стыках разных дисциплин начали развиваться отдельные независимые понятия «концепта», которые в некоторых местах противоречили друг другу. Так, на сегодняшний день исследователи заняты решением проблемы разграничения таких понятий как явления ментального порядка, абстрактного языкового значения и концепта [18].

Началом процесса интеграции представлений о концептуализации и категоризации как разновидностях врожденной познавательной способности являются исследования в рамках когнитивной революции первой волны, которая пришлась на середину 20 века. Этот период сильно стимулировал лингвокогнитивные исследования концепта [19].

В русскую научную речь слово концепт ввелось русским ученым А.С. Аскольдовым в начале 20 века, и определенные границы этого понятия начались образовываться в 1980-х годах [7].

С начала 1990-х годов термин активно разрабатывается в работах Д.С. Лихачева и Ю.С. Степанова. Лихачев использовал этот термин для обозначения усредненной мыслительной категории, включающей в себя явления окружающей действительности. По его мнению, это понятие не вытекает из значения слова, а является результатом взаимодействия усвоенного значения и личного опыта говорящего. Позитивное употребление термина объясняется необходимостью введения ассоциативно-метафорической оценки содержания

термина. С развитием технического прогресса и ускорением темпа жизни люди уже не успевают полностью выразить свои смыслы и могут понимать их по-своему в зависимости от социальных особенностей и ситуаций [12].

Таким образом, мы проследили историю понятия концепт с момента его зарождения в средних веках. Оно являлось ключевым понятием в философской системе познания мира в 19 веке и в 20 веке стало объектом изучения многих исследователей, что привело к развитию и расширению применения понятия во многих научных дисциплинах.

Проблемы исследования процессов концептуализации и категоризации действительности были и остаются актуальными для лингвистики. Одним из сложнейших и все еще не решённых вопросов является описание концепта, признанного учёными основной формой категоризации знания и главным средством концептуализации действительности. Проблемам изучения природы концепта посвящены труды как зарубежных, так и отечественных учёных: В. фон Гумбольдта, Э. Сепира, Б. Уорфа, Дж. Лакоффа, М. Минского, Р. И. Павилёниса, Ч. Филлмора, А. А. Потебни, С. А. Аскольдова, Д. С. Лихачёва, Н. Д. Арутюновой, Ю. С. Степанова, Е. С. Кубряковой, А. П. Бабушкина, З. Д. Поповой, И. А. Стернина, В. В. Колесова и мн. др. Не смотря на объем научной литературы, термин концепт в виду своей сложности и полифункциональности до сих пор получает в лингвистике самую разную трактовку.

В когнитивной лингвистике термин «концепт» является базовым. Наиболее популярным стало определение концепта, предложенное Е.С. Кубряковой. В её теории делается упор на универсальность данного термина и стоящего за ним содержания: «термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания» [9].

Отечественный исследователь Р.И. Павиленис трактует концепт как «часть концептуальной системы – о чем индивид думает, что воображает, предполагает, знает об объектах мира», а концептуальная система определяется им как

«конструируемая система информации (различных мнений и знаний), которой располагает человек о действительном мире» [15, с. 280].

В другом научном труде Р.И Павлиненис отмечает, что понятие концепт изначально разрабатывалось в логике, которая понимает его как целостную совокупность свойств объекта, в металогике значение идентифицируется с денотатом, а концепт – со смыслом или с сигнификатом [14].

Концепты – это идеальные и абстрактные понятия, которыми мы оперируем в процессе нашего мышления. Они являются результатом нашей деятельности и познания окружающего мира. Концепты отражают содержание наших знаний и являются своеобразными «квантами» знания, а процесс общения между людьми и передача информации осуществляются через обмен концептами [9, с. 90].

Концепт – одно из ключевых понятий в области лингвокультурологии. Он представляет собой своего рода сгусток культуры, проникающий в сознание каждого индивида и формирующий его ментальный мир. В то же время, концепт служит средством, с помощью которого человек сам участвует в культуре и, в некоторых случаях, даже влияет на нее [20].

Ю.С. Степанов определяет понятие концепта следующим образом: «Концепт – это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. С другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек – рядовой, обычный человек, не «творец культурных ценностей» – сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее [17].

Д.С. Лихачев предлагал «считать концепт своего рода «алгебраическим» выражением... которым мы оперируем в своей письменной и устной речи, ибо охватить значение во всей его сложности человек просто не успевает, иногда не может, а иногда по-своему интерпретирует его (в зависимости от своего образования, личного опыта, принадлежности к определенной сфере, профессии и т.д.» [11].

Г.Г. Шпет толкует концепт как динамический мыслительный процесс создания «понятий», как «объем» мысли и предлагает отделять его от значений слов. «Говоря о понимании в собственном смысле, мы хотим сказать, что мы понимаем вместе с конципированием. Если бы мы только конципировали, мы получили бы только «понятия», концепты, т.е. схемы смысла» [10].

По мнению Е.С. Кубряковой, концепт – это «единица ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга..., всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [10].

Н.Д. Арутюнова считает, что концепт – это «понятие практической философии, отражающее различные факторы реальной действительности» [1].

По мнению Р.М. Фрумкиной, концепт – это словесное выражение определенного понятия, которое связано с трактовкой значения, осознаваемого человеком и направленного на передачу информации и общение [16].

Н. Н. Болдырев утверждает, что через активное изучение окружающего мира у нас формируются концепты, которые соединяются в систему знаний. Эта система включает в себя концепты различной сложности и абстракции. Разнообразие способов познания определяет различные подходы к формированию концептов в сознании человека [1].

В данной статье мы придерживаемся определения, данного Н.Д. Арутюновой, ибо находим его коротким и в то же время раскрывающим суть явления: концепт является ментальной единицей, отражающей элементы реальной действительности.

В когнитивной лингвистике существует множество классификаций концептов, которые определяются основным принципом, лежащим в основе их различия. Одна из предложенных классификаций принадлежит С.А. Аскольдову-Алексееву, который предлагает делить концепты на элементарные и составные [2, с. 271]. Похожее мнение высказывает

В.А. Маслова, которая классифицирует концепты по принципу их организации. Она разделяет концепты на простейшие, которые представлены одним словом, и сложные, которые представлены в словосочетании или предложении [13, с. 12].

Иной подход к классификации концептов у Н.Н. Болдырева, который подразделяет концепты на конкретно чувствительные образы, представления, схемы, понятия, прототипы, пропозиции, фреймы, сценарии или скрипты, гештальты [6, с. 21].

А.П. Бабушкин классифицирует концепты по содержанию, разделяя их на мыслительные картинки, схемы, гиперонимы, фреймы, инсайты, сценарии, калейдоскопические концепты, имеющие у каждого представителя данной культуры свои ассоциации [3, с. 56].

По схожему принципу вышеописанных классификаций, З.Д. Попова и И.А. Стернин выделяют следующие типы концептов:

1) представление. Концепт-представление объективируется в языке лексическими единицами конкретной семантики;

2) схема. Эти концепты представлены обобщенной пространственно-графической или контурной схемой;

3) понятие. Концепт, состоящий из существенных признаков предмета или явления;

4) фрейм. Мыслимый в целостности его составных частей многокомпонентный концепт, некоторая совокупность стандартных знаний о предмете или явлении;

5) сценарий (скрипт). Последовательность нескольких эпизодов во времени;

6) гештальт. Комплексная, целостная функциональная мыслительная структура, упорядочивающая многообразие отдельных явлений в сознании [16].

С точки зрения Аскольдова-Алексеева, концепт по типу дискурса бывает познавательным и художественным [2, с. 270].

Наиболее широко применяемым способом классификации, по нашему мнению, является разделение концептов на универсальные и национальные. Универсальные концепты представляют собой общечеловеческие знания, лишенные культурной специфики (добро – зло, радость – горе, любовь – ненависть). Кроме универсальных, существуют концепции, ориентированные на определенную этническую группу. По мнению ученого А. Вежбицкой, как мысли могут быть сформулированы на одном языке, так и чувства могут быть осознаны в рамках одного языкового сообщества, а не другого. Важно также выделить автохтонные концепты (содержащие как общие, так и национальные компоненты) и протоконцепты (универсальные концепции) [8, с. 23].

Таким образом, в области лингвокультурологии язык играет важную роль в формировании основных концептов, присутствующих в сознании человека. С помощью концептов слово вступает в языковую реальность, взаимодействуя со всеми остальными лексическими элементами. Концепт является ключевым понятием в научном описании языкового отражения реальности. Формируемые на основе индивидуального и культурного опыта концепты представляют собой духовное наследие, отражающее понимание мира и национальное мировоззрение.

Список литературы

1. *Аскольдов С.А. Концепт и слово / С.А. Аскольдов // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология / Под общ. ред. В.П. Нерознака. – М.: Academia, 1997. – С. 267-279.*
2. *Аскольдов-Алексеев С.А. Концепт слова // Русская словесность: Антология. – М.: Academia, 1999. – С. 267-280.*
3. *Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. – Воронеж: ВГУ, 1996. – 104 с.*
4. *Богомолова А. Ю., Бочкарева Т. С. Сложность определения понятия «концепт» и история его развития в научной теории // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2014. – №. 11 (172). – С. 83-87.*

5. Богомолова А.Ю. Развитие иноязычного когнитивного потенциала студентов университета: монография / А.Ю. Богомолова. – Челябинск: Изд-во ЧГПУ, 2012. – 156 с.
6. Болдырев Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. № 1. – С. 18-36.
7. Бурдин И.В., Аввакумова Н.В. Понятие «Концепт» в литературоведении / /Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – №. 7. – С. 97-100.
8. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 780 с.
9. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997. – 245 с.
10. Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – №1. – С. 6-17.
11. Лакофф Дж. Когнитивное моделирование: (Из книги «Женщины, огонь и опасные предметы») / Дж. Лакофф // Язык и интеллект. – М., 1995. – С. 143-184.
12. Лихачев Д. С. Логический анализ языка. Культурные концепты [Текст] / Д. С. Лихачев. – М.: Наука, 1991 – С. 280-287.
13. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие / В.А. Маслова. –М: Флинта: Наука, 2004. – 296 с.
14. Павленис Р. И. Проблема смысла. – М.: Мысль, 1983. – 178 с.
15. Павленис Р.И. Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка / М.: Мысль, 1983. – 286 с.
16. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: «Истоки», 2001. – 191 с.

17. Слышкин Г.Г. *Текстовая концептосфера и ее единицы // Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики.* – Волгоград, 1999. – 195 с.
18. Солодилова И.А. *Концепт оценка: проблемы моделирования / И.А. Солодилова // Вопросы когнитивной лингвистики.* – 2013. – №4. – С. 33-44.
19. Солодилова И.А. *Проблемы моделирования эмоциональных концептов / И.А. Солодилова // Вестник Башкирского государственного университета.* – 2010. – №1. – С. 71-74.
20. Степанов Ю.С. *Константы. Словарь русской культуры.* – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 40 с.

УДК 81.25

ББК 81.1

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ДИЗАЙН» В РУССКОМ И
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

*Ю.В. Шуйская, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**LEXICAL-SEMANTIC FIELD “DESIGN” IN RUSSIAN AND
ENGLISH LANGUAGE**

*Yu. V. Shuyskaya, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам наполнения лексико-семантического поля «дизайн» в русском и английском языке и представляет собой проведенный с помощью корпусного метода анализ лексики в соответствующей сфере. Дизайн – широко распространенное в современных реалиях направление обучения в университетах и колледжах, в перспективе количество специалистов в этой области будет увеличиваться, и соответствующая лексика будет активно внедряться в русский язык, наполняя его новыми заимствованными лексемами.

Ключевые слова: дизайн, заимствованная лексика, лексико-семантическое поле, корпусная лингвистика.

Abstract. This article is devoted to the issues of filling the lexical-semantic field “design” in Russian and English and represents an analysis of vocabulary in the relevant field using the corpus method. Design is a widespread area of study in modern realities at universities and colleges; in the future, the number of specialists in this field will increase, and the corresponding vocabulary will be actively introduced into the Russian language, filling it with new borrowed lexemes.

Key words: design, borrowed vocabulary, lexical-semantic field, corpus linguistics.

E-mail: shujskaya@yandex.ru

Дизайн входит в более широкую лексическую область – искусство. Основные виды искусства в англоязычной практике делятся не так, как в русской, так как термин Arts подразумевает «свободные искусства» – восходящую к концепции Платона систему «семи свободных искусств». Терминами Master of Arts и Bachelor of Arts называются магистры и бакалавры соответственно в области гуманитарных наук, поэтому объем понятия “arts” в английском языке шире, чем объем понятия «искусство» в русском языке.

Соответственно, к искусствам можно отнести:

Fine arts

Liberal arts

Practical arts

Термин “fine arts” можно условно перевести как «изящные искусства», и к ним относятся:

poetry;

painting;

sculpture;

music;

theatre.

Это искусства, которые приносят эстетическое наслаждение. Далее, есть прикладные искусства – practical arts, в результате применения которых появляется не только нечто красивое, но и полезное.

В российской практике дизайн связан, прежде всего, с живописью как с одним из видов искусства. В области живописи большинство ключевых слов и понятий являются заимствованными. Поскольку инструментом живописи, в отличие от литературы, не являются слова, то заимствования в этой сфере связаны, в основном, с терминами. Прежде всего, заимствованиями являются названия различных направлений живописи: «авангардизм», «импрессионизм», «экспрессионизм», «кубизм», «футуризм» и пр. Такого же типа заимствования представляют собой названия стилей, многие из которых не освоены русским языком: «арт нуво», «арт деко», «модерн» и т.д.

Далее, заимствованными являются слова, называющие различные типы техники в живописи: «пастель», «акварель» и пр. Легко заметить, что большинство слов такого типа заимствовано из французского языка, что легко объяснить как высокой развитостью живописи во Франции, так и временем заимствования: русская живопись начала активно развиваться в XVIII – XIX веках, как раз тогда, когда французский был светским языком, и многие дворяне общались только на нем.

Примерами употребления заимствований из речи могут послужить следующие фразы:

Многие здания в Вене построены в стиле «модерн».

Наша спальня оформлена в пастельных тонах.

Дети рисуют акварель.

Маяковский увлекался живописью в стиле футуризм.

Сальвадор Дали – яркий представитель сюрреализма.

«Арт нуво» был очень популярен в этом обществе.

Центр семантического поля представлен, прежде всего, лексемой *design* на английском языке (как существительным, так и глаголом), и ее аналогом «дизайн» на русском. Контексты употребления данных лексем свидетельствуют об акцентировании лексемы в отношении неодушевленных предметов: дизайн интерьера, дизайн упаковки, какой-либо вещи и пр.

Нетрудно заметить, что в русскоязычной картине мира слово «дизайн» ощущается как чужеродное и иностранное: оно употребляется, главным образом, в рекламно-публицистических текстах, или же в качестве наименования специализации обучения. Броское иностранное слово не прижилось в качестве родного, и с ним успешно конкурируют такие лексемы, как «оформление», «декор», «формат» и пр., находящиеся на периферии соответствующего ЛСП.

В англоязычной картине мира данная лексема и ее производные являются «родными», не заимствованными, что обуславливает широкий спектр употребления. При этом большинство контекстов употребления, рандомно выбранных British National Corpus, взяты из рекламных или публицистических текстов, что также иллюстрирует некую тенденцию в употреблении данной лексемы и ее производных:

What do you design, madam, to do with or for this Pamela of yours?

I am divided, torn from my parents, forced hither with an impious black design to have my innocence and youth become the sacrifice of brutal violence.

There's a design at work in all art – surely you know that?

Its bold design allows for more efficient engine cooling, and the superb instrument panel, precise steering.

Almost round the clock for seven years to make a success of their T-shirt design and print business – only to land on the scrapheap.

The famous ‘Golly’ originated just before the first world war from an American design.

Or you can design your home and act as site manager

Kit-house companies will help you design your home and provide useful advice.

Adults get sprained wrists, strained backs and bruised shins because of their design.

RoSPA are trying to get supermarkets to change the design of their trolleys, and to give clear guidance to customers.

Admissions tutors, who vet applicants for places at university, were reluctant to accept design and technology A-level students because they knew little about the subjects themselves.

Many of the glittering pieces are reported to be worth more for their design than the gems they contain.

Whether by accident or design, Husbands and Wives contains uncanny echoes of the real events that were being played

A lot of the time the changes in design are very small – they're not what you'd call major fashion changes.

The symbol swap will involve a 200,000 operation to launch an international design competition.

Walk Pack which includes details of your nearest walk, the special design walk t-shirt and of course a sponsor form.

Regional Health Authority spokesman said:' It is superior in design to older models.

Administering the appeal fund set up for victims of the bombings have now approved the design of a memorial to be placed in Bridge Street at the scene of the atrocity.

Business park has hi-tech design on jobs for Bangor.

Homemaker design One of the most popular designs from the Fifties, items of which are probably

The pottery was design by Enid Seeney in 1957 for Ridgway, of Stoke-on-Trent.

Examples (above) are becoming increasingly collectable today, partly because the design is so representative of its age.

Slightly wiggly black lines were influenced by television interference and the furniture featured in the design has the typically spindly legs of the period.

В области дизайна также существует профессиональная лексика, составляющая центр семантического поля, причем в большинстве случаев она заимствована из английского языка.

Таким образом, стержневая лексика в ЛСП «дизайн» связана с профессиональной деятельностью дизайнеров: в первую очередь, это специальные термины, причем в русском языке они зачастую являются заимствованными. Анализ лексики из области дизайна интерьеров показал, что 90% терминов являются заимствованными, причем для английского языка эти слова имеют различные оттенки значений, так как они являются исконными и содержат коннотации, возникшие в те времена, когда дизайн еще не выделился в отдельное направление визуального искусства.

Периферия семантического поля включает в себя смысловые связи с различными сферами и отраслями искусства. В первую очередь, дизайн связан с живописью, и многие термины, которые используются в области изобразительного искусства, перешли в сферу дизайна. В русском языке эти слова также являются заимствованными.

Лексика из ЛСП «дизайн» употребляется, главным образом, в текстах рекламного и публицистического характера. Также этим словом обозначается направление обучения в различных университетах и колледжах.

Список литературы

1. *Longman dictionary. Sixth edition. – 2007. – 889 p.*
2. *Oxford Advanced Learner's Dictionary. Fifth edition. – 1995. – 1026 p.*
3. *Webster Dictionary. Third edition. – 1998. – 997 p.*
4. *Жернакова Е.С. Концепт как предмет изучения современных гуманитарных дисциплин: методы и перспективы исследований // Актуальные вопросы внешней и внутренней лингвистики. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2006. – С. 209-216.*
5. *Попова З.Д. Концептуальная природа абстрактных понятий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/human/2003/01/popova.pdf> (дата обращения: 13.04.2024)*

УДК 316.77; 070

ББК 77.5

**СОЗДАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ОБРАЗА РОССИИ В МИРЕ:
ВОЗМОЖНОСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В
МЕДИАСРЕДЕ**

*С.С. Бевзенко, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**CREATING A POSITIVE IMAGE OF RUSSIA IN THE WORLD:
POSSIBILITIES OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE MEDIA
ENVIRONMENT**

*S.S. Bevzenko, Moscow University named after A.S. Griboedov, Moscow,
Russia*

Аннотация. Искусственный интеллект, проникнув в различные сферы жизнедеятельности, стал неотъемлемой частью жизни современного человека. Государства, обладающие высоким уровнем технологического развития, активно соперничают друг с другом, в том числе, и за возможности информационного воздействия. Российские компании активно разрабатывают и внедряют решения, основанные на машинном обучении, представляя их на международном рынке и формируя позитивный образ нашей страны.

Ключевые слова: коммуникация, медиавоздействие, искусственный интеллект.

Abstract. Artificial intelligence, having penetrated into various spheres of life, has become an integral part of the life of a modern person. States with a high level of technological development actively compete with each other, including for opportunities for information influence. Russian companies are actively developing and implementing solutions based on machine learning, presenting them on the international market and creating a positive image of our country.

Key words: communication, media influence, artificial intelligence.

E-mail: ssbevz@yandex.ru

Двадцать лет назад проблема развития искусственного интеллекта интересовала лишь небольшое количество энтузиастов и философов, то сейчас, «в эпоху стремительной глобализации и цифровизации современного общества» [3, с. 21], когда нейронные сети встраиваются в популярные операционные системы, на эту тему начинают высказываться известные учёные, политики и предприниматели, поднимая её на государственный уровень. Современные большие языковые модели способны компилировать информацию из разных источников, обрабатывать индексы поисковых машин и выполнять работу по настройке процесса обмена информации через СМИ гораздо быстрее, нежели это делал специалист до появления подобных систем. Важным аспектом также является качество работы сервисов, использующих модели, основанные на машинном обучении.

Однако большие языковые модели GPT от компании OpenAI обладают рядом недостатков и не позволяют специалисту по медиакоммуникациям в полной мере использовать все их возможности. Одним из основных недостатков является проблема безопасности данных, связанная с необходимостью предоставления пользовательской информации для генерации контента. Это может привести к возможным нарушениям конфиденциальности данных, когда владельцы компаний стремятся анализировать поведение пользователей своих платформ. В таком случае им приходится предоставлять персонифицированные данные модели GPT, что приводит к риску утечек и нарушению их приватности.

Таким образом, несмотря на потенциальные преимущества использования больших языковых моделей для создания контента, способствующего популяризации в мире России и русского языка, вопросы безопасности данных представляют собой значительное препятствие для их полноценного применения в сфере медиакоммуникаций.

Эффективными средствами создания позитивного образа Российской Федерации в современных условиях, когда некоторые факторы вызывают различную реакцию в глазах международной общественности, могут стать такие

инструменты медиакоммуникаций, как новостные агрегаторы и бродкаст-платформы. Но проблема заключается в том, что в последние десятилетия в Российской Федерации генерируется больше негативного информационного контента, чем позитивного. Информация в зарубежных средствах массовой информации о процессах, происходящих внутри нашей страны, подаётся под ракурсом «горячих новостей», в которых доминируют «мрачные тона», оказывая влияние на массовое сознание читателей и политические институты [1].

Данное исследование опирается на разработки российской IT-компании АО «Нейросети» и её передовые продукты: MultiCreator и PLAI. Программное обеспечение, которое она предлагает своим пользователям, помогает специалистам по медиакоммуникациям создавать позитивный образ России в мире, выстраивать эффективные бизнес-процессы внутри компаний и контролировать реакцию аудитории на предлагаемые ей материалы.

Для полноценного функционирования современных генеративных моделей, работающих в облачных системах, пользователям требуется не только постоянный доступ к сети интернет, но и предоставление доступа к конфиденциальным данным, что влечёт за собой риски их нерегулируемого копирования и использования для создания негативного образа России. Это особенно актуально для государственных организаций.

Компанией АО «Нейросети» в 2023 году были проведены исследования и разработан интеллектуальный помощник MultiCreator, использующий ИИ в закрытом контуре. Это означает, что информация, которой пользователи делятся с искусственным помощником, не может нерегулируемо попасть куда-либо за пределы сервера. При этом MultiCreator способен получать доступ к интернету без угрозы утечки данных.

Фактически это означает, что специалисты по медиакоммуникациям, использующие умный помощник, имеют возможность в закрытом режиме создавать ботов, которые способны отвечать на вопросы в онлайн-режиме на любом доступном языке, обучая их на реальных данных организаций, не

беспокоясь за безопасность, что гарантирует релевантный, точный ответ на заданный вопрос. Формирование новых аналитических отчётов, текстов, новостных колонок, аудио и видео материалов на основе точной информации, которой поделилась с искусственным интеллектом организация, позволяет повышать уровень контента и эффективность работы организации. Проведённые тесты показывают, что MultiCreator занимает 19 место в глобальном рейтинге MMLU Benchmark, набирая 66 баллов.

В рамках исследования были проведены тесты по внедрению умного помощника в организации, занимающиеся разработкой медиаконтента. Сотрудники компаний отвечали в режиме онлайн на вопросы, касающиеся их продуктов и сервисов. Результаты показали, что специалист, использующий MultiCreator, смог улучшить качество своих ответов на 0,5 балла, при этом скорость его откликов выросла в 10 раз.

Система также может обучаться на удачных примерах, когда Российская Федерация смогла выстроить свой позитивный образ на международной арене. К примеру, основными тенденциями формирования имиджа Российской Федерации в республике Вьетнам в последние десятилетия были:

1. образ туристической страны с богатой, разнообразной природой и широким спектром достопримечательностей;
2. государства, победившего нацистскую Германию в Великой Отечественной Войне и обладающего сильной армией;
3. страны с богатой культурой, историей и искусством;
4. ключевую роль России в борьбе с международным терроризмом;
5. большим рынком для инвестиций и сбыта вьетнамских продуктов;
6. государства, не боящегося экономических санкций со стороны западных стран;
7. надёжного друга и партнёра [2].

Нейросетевые алгоритмы MultiCreator способны изучать паттерны и механизмы воздействия на аудиторию, относящуюся к определённой

социокультурной и этнической среде, а также самостоятельно задавать стиль написания текстов. Это стало возможным благодаря технологии промт-инженеринга, внедрённой в интеллектуальный помощник. При разработке текста искусственный интеллект должен учитывать культурные особенности и ментальные характеристики аудитории, предназначенной для его восприятия. Связки, хорошо работающие при воздействии на аудиторию, живущую в Южной Азии, могут плохо работать с европейской аудиторией, и наоборот.

Ещё одним инструментом мягкой силы в создании позитивного образа России в мире с помощью искусственного интеллекта является возрождение высокой культурной самооценки и национальной гордости. Для этого необходимо, чтобы российский народ снова стал гордиться русской культурой, языком и искусством прежде, чем сможет заинтересовать этим всех остальных. Позитивный имидж страны за рубежом начинается с его создания у себя дома [5]. «Нынешний имидж России отражает и двойственные представления о стране, сложившиеся у самих россиян. Вот уже почти два века русский взгляд на Россию колеблется между ханжеской самовлюбленностью и яркой самокритикой. Нередко именно в российской прессе западные коллеги черпают элементы для поддержания мрачного имиджа страны» [6].

Формировать позитивный образ Российской Федерации внутри страны возможно через подготовку образовательных материалов и создание персонифицированных планов обучения с помощью ИИ. Генеративная модель, внедрённая в образовательное учреждение, на основе полученных данных в закрытом контуре способна разработать индивидуальный план изучения материалов для каждого учащегося, а также сформировать единообразие взглядов на современную Россию.

MultiCreator решает не только проблему высокого риска утечки важных данных из облачных GPT систем, но и компенсирует отсутствие необходимого количества квалифицированных специалистов по медиакоммуникациям, которые должны создавать позитивный образ Российской Федерации в мире.

Кроме того, он помогает соблюдать нормативные и законодательные требования той страны, в которой публикуются материалы о нашей стране.

В 2024 году Россия вошла в десятку стран-лидеров по внедрению искусственного интеллекта, при этом общий уровень внедрения ИИ в различных сферах экономики достигает не более 31,5%. [7]. Стимуляция компаний к внедрению решений на основе ИИ позволяет российским разработчикам поддерживать общий высокий уровень технологического развития государства, создавая его позитивный образ в глазах международной общественности.

Использование в медиакоммуникациях передовых технологий, таких как искусственный интеллект, становится необходимым для продвижения положительного образа страны. Современные решения позволяют экономить время при написании новых статей, рекламных объявлений или видеороликов, которые рассказывают о достижениях России в различных сферах – науке, спорте, технологиях т.д. Такой контент помогает привлечь внимание мировой общественности к положительным аспектам жизни нашей страны, обращаясь как к внутренней, так и зарубежной аудитории.

В контексте современных научных исследований организациям, таким как АО «Нейросети», удастся достичь значительного прогресса в разработке генеративных моделей, помогающим в медиакоммуникациях, что ставит перед ними сложные задачи в области обеспечения безопасности данных и оптимизации их использования. В связи с этим, проведение научных исследований, а также разработка инновационных технологических решений, становятся ключевыми аспектами их деятельности. Основным аспектом MultiCreator является обеспечение высокого уровня защиты информации от несанкционированного доступа и копирования.

Исследования, проведенные специалистами АО «Нейросети», позволили разработать уникальную модель, основанную на принципах глубокого обучения и анализа данных. Она обладает способностью к адаптации к различным

условиям функционирования и эффективно выполняет задачи анализа и учета данных.

Внедрение разработанной модели в систему образования представляет собой перспективное направление, позволяющее сформировать у учащихся целостное представление о современной России и транслировать его за рубеж. Помимо этого, использование данной модели в системе образования способствует развитию критического мышления и аналитических способностей учащихся, что является важным аспектом.

Ещё одним инструментом, работающим на основе искусственного интеллекта, который помогает создавать позитивный образ России в мире является интерактивный умный видеоплеер PLAI от российской компании АО «Нейросети».

Несмотря на протекающий на протяжении четверти века процесс формирования образа России в сознании ее граждан и строительство российской национально-государственной идентичности, считать его завершённым на настоящий момент представляется преждевременным. Динамичное психологическое состояние общества, вероятно, обусловлено быстрыми и часто неожиданными политическими трансформациями, к которым россияне нередко не успевают адаптироваться.

В настоящее время можно с высокой степенью уверенности отметить, что комплекс «национальной неполноценности», преобладавший в течение почти трех десятилетий, частично преодолен, хотя его проявления все еще выявляются у некоторой части населения, в особенности среди наиболее образованных слоев. Изучение молодого поколения россиян представляет особый интерес в контексте данной проблематики [8]. Используя алгоритмы видеоплеера PLAI, специалисты по медиакommunikациям, формирующие образ России, могут проанализировать реакцию зрителей на предложенные им материалы и адаптировать их под исследуемую когорту потребителей информации, а также увидеть реальный

отклик по тому или иному вопросу, касающегося образа России, не используя анкетирование и опросы.

Плеер позволяет проводить интеллектуальные видеотрансляции и гарантирует факт просмотра информации, а также даёт оценку невербальных реакций пользователей во время изучения предлагаемых видеоматериалов с помощью аналитики индексов. Данный инструмент помогает не только контролировать просмотр обучающих материалов, но и используется в тестировании откликов аудитории на предлагаемые ей видеоролики в формате фокус-групп.

При разработке видеороликов, формирующих позитивный образ Российской Федерации в мире, аналитика реакции фокус-группы позволяеткратно увеличить вовлеченность и глубину просмотра материалов. Распознавая точки на лице и проводя по ним анализ ключевых метрик, плеер определяет, отвлекался ли пользователь при просмотре видео, и насколько ему было интересно. Плеер может отслеживать направленность взгляда зрителя на экран, положение зрачков, ставить видео на паузу при отсутствии взгляда, определять и записывать 5 базовых индексов, а также гарантировать факт просмотра с необходимой внимательностью.

В 5 базовых индексов, которые анализирует плеер, входят:

1. внимательность (степень внимательности зрителя к происходящему в видеоролике);
2. вовлечённость (насколько человек заинтересован в просмотре);
3. эмоциональность (уровень выражения эмоций);
4. усталость (показывает, насколько человек устал при просмотре видеоролика);
5. рассеянность (снижение внимательности или отсутствие человека у экрана).

В ходе исследования команда АО «Нейросети» смогла разработать уникальную модель анализа реакции пользователей на видео, используя которую

специалисты по медиакоммуникациям могут более эффективно разрабатывать материалы, создающие позитивный образ России в мире.

Российские сервисы, использующие решения, основанные на машинном обучении и нейросетях помогают специалистам по медиакоммуникациям формировать позитивный образ России в мире. ИИ не только ускоряет работу, но и анализирует входящие данные, позволяя эффективно исследовать реакцию аудитории на предложенные материалы. Отечественные разработки, в отличие от аналогичных иностранных сервисов, делают ставку на безопасность и закрытый контур систем, исключая возможность утечки конфиденциальных данных, тем самым имея возможность предоставлять более точные ответы на запросы пользователей.

Таким образом, разработка и внедрение ИИ является конкурентным преимуществом в выстраивании системы медиакоммуникаций и создании в мире позитивного образа России, в котором проецируются черты русского менталитета, национальной самоидентичности, а также «загадки русской души, национального характера» [4, с. 30].

Список литературы

1. Голумов Э.А. *Международный имидж современной России: Политологический анализ: автореферат дис. ... доктора политических наук.* – Москва, 2004. – 50 с.

2. Грабельников А.А., Нгуен Тхи Зиу. *Образ России во вьетнамских сетевых СМИ // Социально-гуманитарные знания.* – 2017. – № 8. – С. 125-126.

3. Дубова М.А., Ларина Н.А. *Развитие речи дошкольников в цифровом обществе: методика работы с текстом // Педагогическое образование и наука.* – 2021. – № 6. – С. 20-25.

4. Дубова М.А., Ларина Н. А. *Детство как период духовно-нравственного становления личности: формирование нравственных основ мировоззрения героя*

в романе И.А. Бунина «Жизнь Арсеньева» // Педагогическое образование и наука. – 2016. – № 1. – С. 29 – 31.

5. *Имидж России: концепция национального и территориального брендинга / И. А. Василенко, Е. В. Василенко, Н. Н. Емельянова [и др.]. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Экономика. – 78 с.*

6. *Независимая газета [Электронный ресурс]. URL: https://www.ng.ru/world/2005-02-01/8_kremlin.html (дата обращения: 07.03.2024).*

7. *Tadviser [Электронный ресурс]. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Искусственный_интеллект_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Искусственный_интеллект_(рынок_России))(дата обращения: 08.03.2024).*

8. *Шестопал Е.Б., Смутькина Н.В. Какой видят свою страну сегодня российские граждане? // Полития. – 2018. – № 2 (89). – С. 64.*

УДК 366.636

ББК 76.0

**О ВАЖНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ ПРИ
РАЗРАБОТКЕ КАМПАНИИ ПРОДВИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ
«ВКОНТАКТЕ» В ПАРАДИГМЕ СОВРЕМЕННЫХ КРОСС-
КУЛЬТУРНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

*Л.И. Начарова, Национальный исследовательский технологический
университет «МИСИС», г. Москва, Россия*

**ON THE IMPORTANCE OF THE SOCIAL FUNCTION OF
ADVERTISING IN FORMING A PROMOTION CAMPAIGN FOR THE
SOCIAL NETWORK "VKONTAKTE" IN THE PARADIGM OF MODERN
CROSS-CULTURAL RELATIONS**

*L.I. Nacharova, The National University of Science and Technology MISIS,
Moscow, Russia*

Аннотация. Статья рассматривает актуальный вопрос о важности социальной функции рекламы при формировании кампании по международному продвижению социальной сети «ВКонтакте» в контексте современных кросс-культурных отношений. Исследование основано на анализе влияния социокультурных факторов на эффективность рекламных стратегий в современной сетевой среде. Особое внимание уделяется значению адаптации рекламных сообщений к многообразию культурных контекстов и ценностных ориентаций пользователей «ВКонтакте» в различных странах и регионах. Проведен сбор и анализ значительного количества статистических источников. Результаты исследования могут быть полезны для разработки и планирования рекламных кампаний социальных сетей, в частности, более эффективной оценки социокультурных особенностей международной аудитории, что в свою очередь способствует улучшению коммуникационной стратегии и повышению эффективности маркетинговых усилий в современной сетевой среде.

Ключевые слова: рекламная кампания, кросс-культурные отношения, рекламные стратегии, рекламные сообщения, коммуникационная стратегия, международные медиа, социальные сети.

Abstract. The article examines the pressing issue of the importance of the social function of advertising in shaping a campaign for the international promotion of the social network „VKontakte” in the context of contemporary cross-cultural relations. The study is based on an analysis of the influence of sociocultural factors on the effectiveness of advertising strategies in the modern networked environment. Special attention is paid to the significance of adapting advertising messages to the diversity of cultural contexts and value orientations of „VKontakte” users in different countries and regions. Significant amounts of statistical sources have been collected and analyzed. The research findings can be useful for the development and planning of advertising campaigns for social networks, particularly for more effective assessment of the sociocultural characteristics of the international audience, thereby contributing to the improvement of communication strategy and the enhancement of marketing efforts in the modern networked environment.

Key words: advertising campaign, cross-cultural relations, advertising strategies, advertising messages, communication strategy, international media, social networks.

E-mail: Luda_konstant@mail.ru

В современном мире, где кросс-культурные отношения и цифровизация играют все более важную роль в повседневной жизни общества, социальные сети становятся неотъемлемой частью его коммуникационного ландшафта. С учетом разнообразия культурных, языковых и социальных контекстов, с которыми

сталкиваются пользователи этой сети в различных странах и регионах, необходимость адаптации рекламных стратегий к этим особенностям представляется как неотъемлемая часть кампании по продвижению данной социальной сети на международном рынке.

Данная статья посвящена исследованию роли социальной функции в формировании рекламной кампании вышеупомянутой соцсети. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современном цифровом мире социальные сети играют ключевую роль в жизни людей и бизнесе и реклама становится неотъемлемой частью их маркетинговой стратегии. В тоже время, специфика природы социальной сети (и уже само это понятие указывает на это) обусловлена тем, что услуги, которые предоставляют платформы и онлайн-сервисы подобного рода, носят непосредственную социальную направленность, объединяя их участников в общества и предлагая именно услуги связи с определенным обществом, предоставляя доступ к определенной социальной среде. «ВКонтакте» является одной из крупнейших социальных сетей на территории России и стран СНГ, и эффективное использование ее рекламных возможностей имеет стратегическое значение как для развития ее самой, так и для множества компаний и организаций, пользующихся ее услугами. Таким образом, анализ социальной функции рекламы в контексте кросс-культурных отношений становится особенно актуальным в условиях межкультурного взаимодействия пользователей данной сети, и в особенности важно для эффективного межкультурного и международного продвижения данной компании.

Научная новизна статьи обусловлена тем, что предлагает исследование роли социальной функции рекламы в формировании кампании продвижения социальной сети, что позволяет расширить понимание влияния рекламы на развитие социальных сетей и их взаимодействие с пользователями. Исследование основывается на анализе современных кросс-культурных отношений, что добавляет новый аспект к пониманию взаимодействия рекламы

и культурных особенностей аудитории. Метод исследования в данной статье включает в себя комбинацию качественных и количественных методов, таких как анализ контента, а именно анализ содержания рекламных кампаний в социальной сети «ВКонтакте» с целью выявить особенности использования социальной функции рекламы и ее влияние на аудиторию. Также, проведен статистический анализ данных о предпочтениях современных Интернет-пользователей, а также их поведенческих стратегиях в онлайн-среде с целью лучшего понимания факторов, влияющих на выбор социальной сети и средств общения, что призвано помочь формированию более эффективного способа и состава коммуникации с ее существующими и потенциальными участниками.

Как отмечает в своей статье Т.Ю. Руденко, «в литературе существует много определений рекламы. Этимология слова говорит о его латинском происхождении (лат. Reclamare — кричать). По определению Американской маркетинговой ассоциации, реклама — это любая платная форма неличного представления и продвижения идей или услуг от имени известного спонсора» [1, с. 153]. Таким образом, реклама – это модель и способ коммуникации между двумя или более агентами: планирующим, создающим и посылающим, и принимающим (-и) этот сигнал. В учебном пособии Уэллса, Бернета и Мориарти «Реклама: принципы и практика» авторы обращают внимание читателя также на то, что реклама может рассматриваться как «нечто больше чем просто коммерческое послание. <...> Фактически реклама является словным типом коммуникации, осуществляемой с учетом целей и стратегий, направленных на оказания различных типов воздействий на мысли, чувства и действия потребителей» [2, с.12]. И если для коммерческой организации, которой является «ВКонтакте», с целями коммуникации в данном случае вопросов не возникает (ей будет главным образом привлечение новых и удержание уже существующих участников этой социальной сети), то стратегии к осуществлению этой цели главным образом зависят, в том числе, и от аудитории, с которой эта коммуникация проводится.

Также, чтобы правильно спланировать и организовать такое послание, авторы вышеупомянутой книги сформулировали четыре основные роли, которые реклама играет в бизнесе и обществе. Помимо маркетинговой и экономической, выделяются коммуникативная и социальная роли [2, с.20] рекламной коммуникации. Именно две последние роли, на наш взгляд, должны представлять особый интерес для разработчиков международной рекламной кампании социальной сети «ВКонтакте». Данное предположение, во-первых, обусловлено самой природой соцсетей. Нил Фергюсон, исследователь социальных сообществ, отмечает, что особенностью распространения информации в них «заключается в том, что скорость и размах рассеивания (информации) определяется не только сутью самой передаваемой идеи, но и устройством сети, по которой она передается. В процессе «вирусизации» (*прим. автора*: передачи информации в социальной сети) важнейшую роль играют узлы, которые служат не только связующими центрами или посредниками, но и «привратниками», то есть людьми, решающими, передавать или не передавать поступившую информацию дальше, в ту часть сети, которая находится за ними. Решение, которое они принимают, отчасти зависит от их мнения о том, как скажется переданная информация на них самих – положительно или отрицательно. С другой стороны, для того чтобы идея оказалась воспринята, требуется, чтобы ее передал не один источник и даже не два, а больше. Сложная культурная инфекция, в отличие от простого эпидемического заболевания, для начала требует набрать критическую массу первых сторонников, обладающих высокой центральностью по степени (то есть сравнительно большим количеством влиятельных друзей). <...> главное при оценке вероятности каскадного эффекта, напоминающего заражение, – «сосредоточиться не на самом стимуле, а на структуре сети, по которой расходится этот стимул» [4, с. 52]. Очевидно, что именно такие узлы социальных сетей, люди, и играют главенствующую роль для их роста и развития, а, следовательно, и международного развития в том числе.

В настоящее время социальная функция рекламы становится все более важной по многим причинам. Особенно можно выделить некоторые из них, которые будут перечислены далее.

Социальная ответственность брендов. Современные потребители все более внимательны к социальным и экологическим вопросам. Они предпочитают бренды, которые не только предлагают качественные продукты или услуги, но и демонстрируют свою социальную ответственность. Рекламные кампании, которые подчеркивают эту ответственность и активно участвуют в решении социальных проблем, становятся более привлекательными для потребителей.

Ценности и идентификация с брендом. Социальные значения и идеи часто становятся ключевыми факторами для формирования лояльности к бренду. Рекламные кампании, которые отражают ценности и убеждения своей целевой аудитории, могут эффективно укреплять связь между брендом и потребителями.

Общественное внимание к социальным проблемам. В настоящее время социальные проблемы, такие как экология, разнообразие, социальная справедливость, здравоохранение и другие, привлекают широкое общественное внимание. Рекламные кампании, которые активно обсуждают эти проблемы и предлагают решения, могут получать большее внимание и поддержку со стороны общественности.

Влияние социальных медиа. Социальные медиа позволяют пользователям быстро обмениваться информацией и мнениями о брендах и их рекламных кампаниях. В связи с этим, рекламные сообщения, которые вызывают эмоциональные реакции и обсуждения в социальных сетях, могут распространяться быстро и получать широкий охват. В нашем случае, мы говорим о продвижении самой социальной сети, которое должно проходить аналогичным образом.

Таким образом, с учетом изменяющихся ценностей и ожиданий потребителей, а также роста внимания к социальным проблемам в обществе,

социальная функция рекламы становится ключевым фактором в формировании образа бренда и его отношений с обществом.

Согласно международному статистическому сайту [statista.com](https://www.statista.com), по состоянию на январь 2024 года всего в мире было 5,35 миллиарда пользователей интернета, что составляло 66,2% от общего числа населения планеты. Из этого общего числа пользователей всемирной паутины, 5,04 миллиардов (или 62,3% населения мира), являлись пользователями социальных медиа [9]. Кроме того, интересной представляется статистика, демонстрирующая основные задачи, которые интернет-пользователи решают посредством Интернета. 56,6% респондентов используют его для того, чтобы поддерживать связь с семьей и друзьями, 52,3% просматривают видео-контент (новости, развлекательные видео и т.д.), 51,9% – для того, чтобы узнавать новости [10]. Все эти задачи решаются мессенджерами и социальными сетями, причем непосредственное общение интересует большее количество опрошенных, и оно больше относится к функционалу сервисов прямого обмена сообщениями. Кроме того, «по данным Statista, 60% пользователей используют ВКонтакте, чтобы общаться с друзьями и знакомыми в личных чатах. Еще 40% пользуются ВКонтакте для просмотра фото, видео и музыки» [12].

Также, показательной является статистика возраста пользователей социальной сети «ВКонтакте» за 2024 год: больше всего пользователей в возрасте 35-44 лет (27.06%). На втором месте – люди 25-34 лет (24.78%). На третьем месте – молодые люди 18-24 лет (16.60%).

ВКОНТАКТЕ: ВОЗРАСТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Группы возрастов ВКонтакте, октябрь 2023

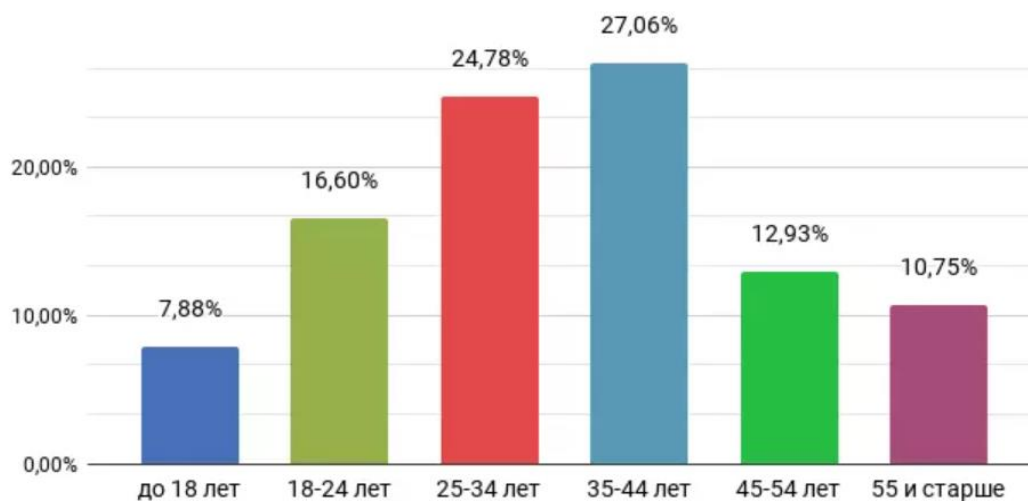


Рис 1. Возраст пользователей социальной сети «ВКонтакте». [11]

Интересным также представляется статистика того, какие услуги являются особо востребованными среди пользователей «ВКонтакте». Так, популярным является сервис видео, – их просматривают 55 млн человек ежедневно. Видео-библиотека во ВКонтакте состоит из 100 тысяч фильмов, шоу и сериалов. Пользователи ВКонтакте смотрят 2.41 млрд видео ежедневно [7]. Однако, согласно статистике [12], пользователи ВКонтакте проводят в соцсети в среднем 18 минут в день. Из этого можно сделать вывод, что многие пользователи этой социальной сети не пользуются услугами данной компании (просмотром видео контента, например), или же делают это редко, то есть, вполне вероятно, он не соответствует их интересам или же рекламная кампания не полностью информирует их о том, какие ресурсы предоставляются этой социальной сетью, то есть информационная функция рекламы может использоваться более эффективно, что может привести в большей вовлеченности пользователей сети в ее информационную контактную среду.

На примере рекламной компании по продвижению социальной сети в России, мы видим, что большое внимание в ней уделяется молодежи, как

наиболее активной части пользователей сети Интернет. Особенно следует отметить организацию живых концертов в главных городах России («VK Fest»), а также проведение конференций, онлайн и «живых» встреч и образовательных мероприятий для молодой целевой аудитории, в основном в контексте ИТ разработки, обучения программированию и различным аспектам ИТ специальностей [8]. Однако, стоит заметить, что возрастная группа 35+ составляет не менее 50,74% ее аудитории, а это весьма значимый показатель. Для этих членов сообщества не было обнаружено мероприятий или кампаний, нацеленной именно на удержание и привлечение этой части пользователей. Вполне вероятно, разработка и предложение информационных видео или групп общения для этой части аудитории могла бы значительно увеличить число участников этой возрастной группы, при учете правильного анализа их предпочтений. По словам Н. Фергюсона, «Репутация – это функция доверия, а доверие, в свой черед, выше внутри группы схожих людей» [4, с. 47]. В данном случае, именно репутация играет ключевую роль при завоевании и удержании участников этой целевой аудитории, что непременно должно быть учтено при разработке рекламной кампании «ВКонтакте».

В связи с этим, при разработке и реализации рекламной кампании на основе международной стратегии следует учитывать нижеследующие аспекты.

Культурные особенности. Страны и народы в них проживающие, имеют свои уникальные культурные нормы, ценности и предпочтения, которые могут сильно отличаться от других стран. Поэтому необходимо провести детальное исследование культурного контекста, чтобы адаптировать содержание и тон рекламной кампании под местные ожидания и восприятие.

Языковая адаптация. Эффективная коммуникация требует учета языковых особенностей и предпочтений целевой аудитории. Перевод и адаптация контента должны быть качественными и соответствовать локальным нормам.

Понимание местного рынка. Российский рынок может иметь свои собственные тенденции, конкурентные условия и потребительские предпочтения. Проведение анализа предпочтений пользователей других стран поможет лучше понять контекст и определить наиболее эффективные стратегии продвижения.

Таким образом, создание и укрепление социального имиджа бренда «ВКонтакте» на международных рынках играет важную роль в успешном продвижении продукции и расширении бизнеса за пределами страны. Применяв успешный опыт рекламной кампании в России, эта компания может рассчитывать на улучшение показателей узнаваемости своего бренда и улучшении ее репутации. Также, позитивный имидж компании сможет помочь в удержании и расширении базы ее пользователей на международном уровне.

Список литературы

1. Руденко Т.Ю. *Реклама как объект графического дизайна // Вестник Московского университета МВД России. – 2010. – № 10. – 153-155 с.*
2. Сальникова Л.С. *Современные коммуникационные технологии в бизнесе. / Л.С. Сальникова. – Москва: Аспект Пресс, 2015. – 296 с.*
3. Уэллс У., Бернет Д., Мориарти С. *Реклама: принципы и практика: [Учеб.]: Пер. с англ. – 7-е изд., испр. и доп. – СПб.: Питер, 2008. – 738 с.*
4. Фергюсон Н. *Площадь и башня. Сети и власть от масонов до Facebook. – М.: Издательство АСТ, 2020. – 736 с.*
5. Щетилова Г.Г. *Реклама в СМИ: Теории и модели. Учебное пособие. – Москва: МедиаМир, 2013. – 192 с.*
6. Kotler P. *Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets (Reprint edition). – New York: Free Press, 2014. – 272 p.*
7. *Официальный сайт компании [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/main.php?subdir=press&subsubdir=products-2022> (дата обращения: 15.03.2024).*

8. *Официальный сайт компании [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/company/ru/press/events/> (дата обращения: 15.03.2024).*

9. *Электронный статистический ресурс [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide> (дата обращения: 15.03.2024).*

10. *Электронный статистический ресурс [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1387375/internet-using-global-reasons> (дата обращения: 15.03.2024).*

11. *Электронный статистический ресурс [Электронный ресурс]. URL: <https://inclient.ru/vk-stats> (дата обращения: 15.03.2024).*

12. *Электронный статистический ресурс [Электронный ресурс]. URL: <https://mediascope.net> (дата обращения: 15.03.2024).*

УДК 366.636

ББК 76.0

**МИФОЛОГИЧЕСКИЕ ПАТТЕРНЫ В СОВРЕМЕННОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОЦЕССЕ**

*Р.И. Халиков, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**MYTHOLOGICAL PATTERNS IN THE MODERN SOCIO-
CULTURAL PROCESS**

*R.I. Khalikov, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье впервые разобраны и структурированы мифологемы, используемые в современном мире. При всем их многообразии мы разделили их на основные группы и проанализировали, опираясь на научные тексты Ролана Барта и А. Ф. Лосева. Согласно их учениям, мы постоянно живем в мифе, а для того, чтобы наше пребывание в нем

было более комфортным, необходимо его понять, а в дальнейшем научиться не только распознавать и решать, но и создавать самостоятельно.

Ключевые слова: миф, история, манипуляция, политика, мем, личность, имя, постмодерн.

Abstract. For the first time, the article analyzes and structures the mythologems used in the modern world. With all their diversity, we divided them into main groups and analyzed them, relying on the scientific texts of Roland Barthes and A. F. Losev. According to their teachings, we constantly live in a myth, and in order for our stay in it to be more comfortable, it is necessary to understand it, and in the future learn not only to recognize and solve it, but also to create it yourself.

Keywords. myth, history, manipulation, politics, meme, personality, name, postmodern.

E-Mail: xalikov.2003@list.ru

Объект научного интереса в настоящей статье – мифологии в современном мире, способы мифологизации и их влияние на общество.

За основу нашей работы возьмем самое распространенное определение мифа – «язык описания, оказавшийся, благодаря своей исконной символичности, удобным для выражения вечных моделей личного и общественного поведения, неких сущностных законов социального и природного космоса» [4]. Проще говоря, миф – это способ объяснения мира, его интерпретации.

Теперь, взяв за основу предложенное выше понятие, разберем определение мифа в истории и попытаемся найти общие характеристики. Для этого обратимся к Фердинанду де Соссюру, который в своей книге «Курс общей лингвистики» [7] предвосхищает определение мифа Ролана Барта [1]. Ф. Соссюр утверждает, что ассоциация позволяет человеку осознавать смысл новых слов и в целом понимать речь. В голове человека существуют целые ассоциативные системы, активирующиеся при каждом слове. Например, «пойдем», сознание индивида начинает перебирать вереницу похожих слов и отложившихся в памяти, а затем выдает инструкцию, что необходимо сделать. Следовательно, ассоциация объясняет нам язык. Но она работает также и на предметы или явления. Видя то или иное событие, в голове индивида проносится вереница связанных воспоминаний, подкрепленными эмоциями, в результате собирается

полноценный шаблонный вариант действий и реакций, определяющий наше отношение к данному явлению. Ко всему прочему нам также важен факт, открытый Фердинандом де Соссюром в области психолингвистики. Каждый человек имеет собственную ассоциацию на определенное слово. Следовательно, и свою коннотацию. Это крайне важный аспект для изучения мифа. Тут мы видим, подкрепление нашего выше изложенного понятия, как объяснения мира с точки зрения лингвистики.

Связь между языком и мифом мы изучим в работе Ролана Барта «Мифологии» [1]. На основе исследований Фердинанда де Соссюра о природе языкового знака, в котором швейцарский лингвист объяснил его структуру: понятие и акустический образ [7, с. 78], французский семиолог вывел систему мифа. Сначала он вывел, что в семиологической структуре не два, а три элемента: означаемое (идея), означающее (акустический образ) и знак – итог ассоциации первых двух элементов. В качестве примера Ролан Барт приводит букет роз. Он будет означать любовь. Но в нём есть не только означаемое и означающее, то есть чувства и букет. «В нём нет даже и того – есть только розы, проникнутые любовью» [1, с. 269]. Однако при анализе Барт подмечает все три элемента: розы, любовь и знак, который они образовали, соединившись вместе. Знаком в данном случае будет акт любви и внимания, отсутствующий только в розах и только в чувстве. Миф представляет собой особую систему, потому что создаётся на основе уже ранее существовавшей семиотической цепочки – вторичной семиотической системе. То, что было в первичной системе знаком, на вторичной оказывается означающим. Миф как бы возвышается на ступеньку над формальной системой первичных значений. Для упрощения работы Барт называет первичную систему «язык-объект», а вторичную – «метаязык», на котором говорят о первичном. Означающее мифа становится формой, которую заполняет «концепт» – означаемое. Поскольку означающее уже образовано из «знаков» языка, то оно является одновременно и смыслом, и формой. Оно обладает собственной ценностью, составляет часть некоторой истории, имеет

определённое значение. Но миф вырывает означаемое из этой истории, наполняя его до такой степени концептом, что первичный смысл теряется. Концепт всегда есть нечто конкретное, он одновременно историчен и интенционален, он является той побудительной причиной, которая вызывает к жизни миф. Вместе с тем в концепт впитывается не сама реальность, а скорее определенные представления о ней. Барт обозначил это функцией – натурализация (миф должен казаться истиной, постулатом). Миф всегда наводит лишь впечатление, не важно, что в последствии он будет демонтирован, предполагается, что его действие сильнее рациональных объяснений, которые смогут его опровергнуть. Таким образом, учение Ролана Барта, подкрепляющее тезис Фердинанда де Соссюра, еще больше подтверждает понятие мифа как способа объяснения мира. Но это понятие не вмещает в себя всю его суть. Для более широко понятия обратимся к дополнительным представлениям мифа в истории.

Фридрих Ницше [6] усмотрел в мифе жизненные условия любой культуры. Она развивается лишь настолько, насколько ей это позволяет миф. Соответственно, если в нашей мифологии есть нечто передвигающееся по воде, то рано или поздно мы создадим корабль, но если в ней нет ни одного упоминания о том, что люди летают по небу, то создание самолёта для нас невозможно, поскольку мы даже не способны придумать подобное. Мы обнаруживаем не только объясняющую функцию мифа, но и созидающую. Можем ли мы предположить, что функции созидания в своем корне имеет объяснение фундаментальных принципов природы для создания изобретения? Существует миф об Дедале и Икаре, он объясняет в общих чертах способ полета, который в дальнейшем становится реальной возможностью.

Подобные идеи просматриваются у ещё одного немецкого философа Эрнста Кассирера [3]. Он разработал символическую теорию, в которой рассматривал мифологию наряду с языком и искусством как автономную символическую форму культуры, отмеченную особым способом символической

объективации чувств. То есть миф – замкнутая символическая система, объединённая характером функционирования и способом моделирования мира, в которой конкретные предметы, не теряя своей конкретности, могут становиться знаком других явлений. Проще говоря, мифическое сознание – это код, для которого нужен ключ, дабы разобраться в его возникновении. Специфику мифического мышления Кассирер видит в неразличении реального и идеального, вещи и образа, тела и свойства, «начала» и принципа, в силу чего сходство или смежность преобразуются в причинную последовательность, а причинно-следственный процесс имеет характер материальной метафоры. Тут мы также наблюдаем ранее выдвинутое нами объяснение мира.

Также Э. Кассирер выделил 3 основных приёма техники производства политических мифов:

1. Изменение функций языка. Усиление эмоций, слово из описательного превращается в магическое. (Барт: миф очищает слова, делая их констатированными [1]). Пример: нацистская интерпретация простых понятий «нация», «кровь», «раса». В целом, это – новояз).

2. Конструирование политического обряда. Ритуал, утрачивается индивидуальность и люди впадают в транс.

3. Пророчествование. Прогнозирование.

Особый вклад в теорию мифа внёс Мирча Элиаде [8]. Он выделил его основные характерные особенности, рассматривая священное явление или иерофанию в форме мифа:

1. Это особый тип нарратива;
2. Нарратив о происхождении мира;
3. Не видоизменяет человеческих условий, универсальные пути: человечество стало смертным и организовало общество;
4. Значение мифа – общее достояние людей;
5. Не имеет пессимистического или оптимистического настроения, нейтрален;

6. Образец мышления;

7. У традиционного общества миф – истинная история. Раз существует мир, то и миф о его создании – правда;

8. Рассказывается строго в определённых ситуациях;

9. Это образцовая история. Он предлагает образцовые модели, пригодные как для оправдания ритуалов, так и для всех важных человеческих деяний.

Часть пунктов, связанных с восприятием и сознанием подтверждают наше первое понятие мифа. Образец мышления – надо мыслить так, как следует, следовательно, должно быть определенное восприятие, объяснение окружающего.

Теперь обратимся за расширением понятия мифа к Алексею Федоровичу Лосеву [5]. Он считает его не просто живым явлением, в отличие от западных мыслителей, но и постоянно развивающимся, поэтому Лосев утверждает, что разрушить его нельзя. По его мнению, миф – это «развёрнутое магическое имя» [5, с. 267]. Где магическое включает в себя понятия «история» и «чудо», а имя – «личность» и «слово». Разберем приведенные ипостаси. История, в понимании Лосева, это личностный способ становления, по средству с взаимодействием с окружающим «не-я». История никогда не останавливается, она всегда продолжается, не имеет результата, в отличие от догмата. Чудо – свидетельство удивительного знамени, а не его проявления. По мнению Лосева, чудесное заключается в совпадении метафизической идеальной личности с реальным миром. Вот, например, оборотничество. Человек превращается в какого-нибудь зверя, однако, чудесность этого не в простом перерождении и необычности этого явления, а именно в совпадении этой идейной личности с реальности. То есть идеальная личность может принимать любые облики. Или богатыри. Они являются проявлением невероятной силы этой личности. Личность по Лосеву, это «инобытийная осуществленность интеллигенции» [5, с. 257], которая образуется в результате синтеза старой категории (для того, чтобы существовать и развиваться изначально личность должна чем-то быть) с инобытием. То есть

сущность обязана выйти за свои пределы, продлить себя в инобытие, чтобы стать личностью. «Слово есть творчески данное и активное выраженное самосознание, орган самоорганизации личности. Оно существует само по себе, имея начало и конец, и собственную жизнь. Оно и объект, и субъект» [5, с. 210], утверждает Лосев. Слово существует независимо после произношения, имеет свои начало и конец, свой смысл, оно – само-закручивающаяся, само-зависимая, свободная субстанция.

Таким образом, мы получаем понятие мифа, как становящееся и продлевающее себя в «не-я» метафизическое, творчески данное и активно выраженное явление, совпадающее с идеальным миром. Можем ли мы назвать это объяснением окружающего мира? Вполне, мы сравниваем идеально бытие с реальным, находя в нем совпадения и различия, тем самым обуславливаем свое поведение, отношение к миру, и в целом, его объясняем через свою призму восприятия.

Теперь разберем виды мифов. По Лосеву существует два вида мифа: абсолютный и относительный. Абсолютный – идеальный. Он и должен определять наш мир, царить в нем. А вот относительный миф – это тот, что имеет лишь одно из многих отражений абсолютного, одна из ступеней его реализации.

Перечислим основные виды относительного:

- Религиозный
- Бытовой
- Массовой культуры
- Сказочный, фольклор
- Политический.

Мы рассмотрели основные понятия мифа в истории и вложили их в одно: способ объяснение мира. Теперь обратимся к современным мифам, их специфики и видам.

Далее рассмотрим труды А. Л. Топоркова [8]. Он считает, что «мифология коренится не в сознании человека, а в его отношении к миру, в системе

ценностей, в механизмах социальной регуляции поведения, формах и способах мировидения» [8], – к этому мы и пришли в конце рассмотрения понятия мифа у Лосева. В современности нас интересует не сам миф, а его воплощения и последствия.

Топорков выделяет основные четыре позиции мифа:

1. Он лежит в основе культуры (Эта идея была выдвинута Ницше).
2. Передаётся из поколения в поколение (Это уже новая парадигма).
3. Присутствует во всех сферах жизни (Обыденность мифа по Барту).
4. Является частью традиций всего человечества, имея свойство повторения (Всеобщее достояние мифа выделил ещё Мирча Элиаде).

По его мнению, в наше время мы имеем лишь политические и идеологические мифы, которые отличаются от традиционных тем, что:

- Боги в них заменяются реальными людьми и событиями настоящего и недавнего прошлого;
- Не наследуются из глубин истории, а создаются определёнными людьми, опирающимися на научные теории своего времени, дабы придать мифам видимость правдоподобия и наукообразия (Об этом говорил Барт, назвав это натурализацией).

Однако политические и традиционные мифы схожи тем, что создают образ новой реальности, которую ещё предстоит создать, основным объектом мифологизации является прошлое социума, которое сохраняет свою актуальность для настоящего. И самое важное, традиционные и политические мифы являются действенной силой, которая организует поведение индивида и человеческих масс, реализуются в общественных ритуалах и укрепляют социальные связи. Они придают осмысленность человеческому существованию, выполняют функции психологической компенсации.

Суждение Топоркова о существовании в современности всего двух видов мифа крайне спорно, поскольку выше мы с вами выделили гораздо больше видов. Смеем предположить, что ученый выделил самые популярные мифы

своего времени на телевидении. Мифы никогда не исчезают полностью, они преобразуются, уменьшают свое влияние, изменяют способы воздействия, но искорениться они не могут.

Вернемся к работе Топоркова. В качестве примера политического мифа можно привести идеологию Советского Союза. Место бога в ней занял вождь пролетариата – Владимир Ильич Ленин. Коммунистическая партия предлагала народу светлое будущее, которое ещё предстоит построить всеобщим трудом. Она полностью организовывала действия индивида, превращая его в часть отлаженного механизма. Однако человек терпел все невзгоды, надеясь на будущий всемирный коммунизм, который мотивировал его действовать далее, отсюда все самопожертвования, героизм, приверженность идеологии. Большинство советских людей делили мир на наших и чужих, выступавших постоянно в роли врагов, грозившихся разрушить приближающееся светлое будущее. Опирался Советский союз на философию Карла Маркса – придавал видимость научности своей идеологии, часто вспоминал промахи и злодеяния императорской России, которая выступала плохим прошлым.

По мнению Топоркова, политический миф управляет коллективным сознанием. Он апеллирует к чувствам и эмоциям человека. Индивидуальная жизнь ничтожна перед государством. Мифы изображают не конкретные случаи, произошедшие в прошлом, но события, сохраняющие актуальное значение для современности. Памятники вождю в многих городах символизируют его присутствие, а само его имя и образ придавали городскому пространству сакральность и идеологизированный характер. Образ врага имеет визуальный характер; ему приписываются черты зверей или физические уродства. Он поддерживается СМИ, получает свое воплощение в литературе и искусстве.

А. Л. Топорков выделил основные особенности нынешней политической мифологии:

- В современности существует не одна мифология, а множество мифов и мифологий, причем продолжительность их существования может быть весьма

незначительной: они возникают, конфликтуют друг с другом и трансформируются во что-то иное.

- Современные мифы, как правило, охватывают не все общество в целом, но отдельные группы населения.

- Эти мифы различны по своему происхождению: среди них есть и те, которые опираются на отечественные традиции, и те, которые представляют собой инновации.

То есть наше время изобилует отличным друг от друга множеством мифом, направленных на различные группы населения. При этом мифы могут существовать разное количество времени и трансформироваться. Конечно же, к этому причастны СМИ.

Получается, что миф в понимании Топоркова объясняет индивиду политическую реальность, замещающую естественную. Таким образом, в его работе мы разобрали политические мифы, выделенные выше.

Следом обратимся к работе Л. Н. Воеводиной «Мифотворчество как феномен современной культуры» [2].

Она подмечает интересную деталь: при помощи средств массовой информации, упомянутых ранее, значительно повышается информационное воздействия на человека, и складывается парадоксальная ситуация «при наличии множества средств массовой информации современный человек не имеет возможности для полного удовлетворения своих информационных потребностей» [2]. Воеводина представляет мифы в самом общем виде как стереотипизированные культурные образцы, идеологические клише.

По ее мнению, в индустриальном обществе мифотворчество «смещается в сферу идеологии, которая восполняет собой пробел, возникший в результате падения авторитета и социальной востребованности религии в эпоху Просвещения» [2]. Падение авторитета религии привело к тому, что «спасение», простые и понятные образы, объясняющие, что, зачем и почему, люди начали искать в политической идеологии.

Проанализировав исторически сложившиеся формы мифа, Лариса Николаевна Воеводина приходит к трем выводам:

1. Разрушается сакральность мифа;
2. Усиливаются его идеологические функции;
3. Разрушаются канонические формы вида, что приводит к расширению его вариативности.

Эти доводы вполне логичны, поскольку миф развивается и живет только совместно с цивилизациями. А они развиваются, находят и создают новые стереотипы и клише, которые и заполняет миф.

Затем в своей работе Воеводина устанавливает ряд понятий:

- «Мифотворчество – имманентная функция человеческого сознания и способ воспроизводства культуры в обществе, а также средство социального конструирования реальности» [2].

- «Миф – это попытка семантического целостного освоения мира, которая состоит в том, чтобы придать своей жизни некую завершенность и смысл, которых в самой реальности не существует» [2].

- «Современный миф – это универсальная структура, имеющая жизненноструктурирующий характер, нацеленный на установление определенного социального порядка» [2].

Эти определения приводят нас к вышеизложенному – миф есть способ объяснения мира, только здесь мы встречаем не только это, но и способ придать смысл жизни.

Современный миф дает индивиду априорные установки, которые позволяют ему вступить в социум, что является одной из самых главных социальных функций мифотворчества, по мнению Воеводиной. Понятно, что роль мифа усиливается в современном обществе, поскольку попросту увеличивается численность населения.

А сейчас обратимся к видам относительного мифа и разберем их по порядку.

Религиозный миф. Первое, что бросается в глаза, это символы. По Лосеву, символ – обязательная прерогатива мифа. Он через часть выражает большее, которое, в свою очередь, выражает это малое через себя. К тому же символ позволяет отличить свою группу от других, что отсылает нас к, назовем его так, «инстинктному мифу»: «Свои – чужие». Следующий момент, для мифа характерна строгая иерархия, которую мы и видим в религии. Так же для нее характерен миф о создании мира, это большей степенью связано с тем, что наши предки пытались объяснить мир таким образом. Но в религии миф прошлого превращается в идеальную личность Лосева, вмещающую в себя все самые лучшие качества, к которой мы должны стремиться, в этом наша цель. Отсюда и появляется утерянный райский сад. В разных мифологиях райский сад меняет свое временное положение, но цель одна – следуя данной системе идей, мы обязательно придем к нему. То есть это – определенная награда за правильное действие. А. Ф. Лосев утверждает, что религия есть попытка личности утвердиться в вечности, этим объясняется вечная жизнь после смерти, к которой стремятся верующие. В основе каждой религии есть миф, она без него невозможна.

Теперь разберем бытовые мифы. Для упрощения определим их, как представление, не соответствующее действительности. Согласно учению Олега Цендровского [10], желание есть воля к перемене. Но зачем нам перемены в себе и окружающем мире? Это связано с тем, что у нас имеются определенные желания, вызываемые миллиардом нервных клеток и обширными нейросетями. В каждый момент у нас есть желания, которые мы должны утолять, индивиду всегда чего-то не хватает: сон, пища, безопасность, власть, богатство. Желание зиждется на суждении: мир не соответствует нашим ожиданиям, следовательно, его надо изменить. Однако если мы не можем повлиять на событие или явление, наш мозг меняет его восприятие. Поэтому обыденные вещи мы начинаем интерпретировать иначе.

Например, некоторые люди кладут учебник под подушку и на следующий день в самом деле все знают, но не учитывают того факта, что весь прошлый день потратили на заучивание. Конечно, в некоторой степени работает факт самовнушения. Людям просто необходимо подобные символические маячки, которые будут поддерживать нас. Это своего рода традиция, которая, вероятно, уже подтверждалась до этого, и просто придает уверенности человеку, помощь высших сил.

Теперь разберем самые распространенные мифы массовой культуры. Известнейший из них – мем. Для начала перечислим его основные характеристики:

- Повторение – мем постоянно повторяется, сам по себе как явление и как простая история (в нашем случае – постоянно всплывает в социальных сетях, но просто меняет содержание, при этом оставляя форму прежней (парадигма, выделенная вышерассмотренным Мирча Элиаде).

- Натурализация – мем становится частью нашей жизни, он принимает максимально натуральную форму, что кажется, он является неотъемлемым атрибутом современности (парадигма, выдвинутая Роланом Барта).

- Гиперболизация – мем преувеличивает все события (в данном случае, он при помощи гиперболы может доводить до абсурда некоторые ситуации).

- Символизм – для мема достаточно одного символа, отсылающего к определенной истории (характеристика, выделенная Шеллингом и Лосевым).

- Образец мышления – создание для потребителей определенного способа рассуждения (свойство, обозначенное Мирча Элиаде).

- Новая реальность – мем создает отдельный интернет-мир, в котором существуют свои правила, подчиняющиеся определенному мифу (особенность, которую обозначил Топорков).

- Означающее и означаемое Барта – знак языка становится означающим, означающим – концепт, а новым знаком – миф.

- Объект мифологизации – реальные люди и события настоящего и недавнего прошлого – мем относительно актуален, он использует в своей основе известную многим информацию (парадигма, подчеркнутая Лосевым, а в дальнейшем и Топорковым).

Разберем некоторые примеры. Мемы, построенные по принципу мифа «Добро – зло», «Свои – чужие». Мы всегда воспринимаем любой организм почти полностью стереотипно, поскольку это экономит энергию нашего мозга. Подобные шаблоны не дают ему слишком напрягаться. Но, как и любая система, они имеют сбои. Поэтому иногда надо размышлять и разрушать часть стереотипов, которые мешают нашей объективности. Почему же стереотип (миф) «Чужой» настраивает нас на враждебность. Конечно, можно сказать, что это недостатки некоторых индивидов. Но, к сожалению, не все так просто. Олег Цендровский утверждает, что подобные мифы являются искажениями в фундаменте психики *homo sapiens*. Они имеют три основных эволюционных источника:

- «1. Защита ресурсов и территории.
2. Защита от инфекции.
3. Защита целостности и стабильности группы» [11].

Данный вид мемов называется «Гигачад». Это имя одного из интернет-героев, который является эталоном правильности. Он всегда выступает за нашу (добрую и правильную) сторону. Различные интернет-сообщества высмеивают друг друга при помощи этого приема. При этом отрицательные качества группы встают в противовес положительным другой. То есть люди намеренно находят дискредитирующую их противников информацию и сталкивают ее со своей, так скажем, сильной стороной. И получается вполне красивая картина: вот, наши хорошие и правильные убеждения, а вот их грубые и лживые, выбирайте сами.

Второй выделяемый нами вид мемов «Жиза». Это актуальные мемы, связанные с последними новостями или просто личными ситуациями. Одна из

характеристик мифа по Лосеву, благодаря подобной принадлежности к общему у человека появляется чувство увековечивания себя в вечности, в истории.

Мемы о людях и личностях. С первыми всё понятно. В наше время человек запросто может стать знаменитым, достаточно одного видео. Вот, например, блогер Иван Золо, про которого начали делать мемы. Также они бывают и об исторических личностях. Данный мем еще может представлять нам героев фильм и книг. Например, мем «Сигма», основанный на фильмах, где главный герой предстает одиноким, сильным, умным и волевым человеком. Так многие пользователи начали копировать поведение героя Патрика Бейтмена из фильма «Американский психопат». Он чем-то напоминает выше представленного «Гигачада». Сигма всегда прав, это – человек, который не может влиться в общество из-за своего прямого характера, он ни в чем не нуждается, он эрудирован, заботится об окружающих, отрицает существование женщин.

Мы разобрали самые популярные мемы, однако их гораздо больше, поскольку они отличаются незначительными характеристиками. Но в основе каждого из них лежит определенный разобранный нами миф.

Сказочный, фольклорный миф. В далеком прошлом человек видит молнию, но не понимает ее физического объяснения – электризация земли или туч. Проще спрятаться в своем жилище и объяснить это гневом богов. С точки зрения эволюции, это правильный подход. Чем дольше думаешь, смотря на молнию, тем больше вероятности умереть. В результате эволюции и естественного отбора выжили те индивиды, которые упрощали работу своего мозга. Они не искали рационального объяснения, им было достаточно иметь основной ряд клише: бежать, кричать, прятаться и т.п. Очевидно, поэтому и появились различные мифы о страшных существах – человек попросту не строил логических связей, а пытался выжить, объяснение же находил потом. А за неимением всех факторов прошедшего события, его мозг сам дорисовывал картинку, с определенной коннотацией, это было страшно, значит оно ужасно и приближаться к этому не стоит. Но откуда же берутся положительные герои и

атрибуты в сказках. Лосев объясняет это тем, что, допустим, богатыри есть проявления идеальной личности, к которой стремится человек. Личность эта, может принимать различные формы, она сильна, умна, хитра, добра, щедра и так далее. Все мифические, фольклорные атрибуты в сказках выполняют определенные функции и роли, древние шаблоны. Или проще говоря, бродячие сюжеты.

Мы рассмотрели миф в истории и основную часть его видов. И пришли к выводу, что миф есть «язык описания, оказавшийся, благодаря своей исконной символичности, удобным для выражения вечных моделей личного и общественного поведения, неких сущностных законов социального и природного космоса» [4]. Это явление не погибло во времени, не утратило своей силы, а наоборот изменило свою форму, приспособилась к новым реалиям и создало современные способы воздействия на человека.

Список литературы

1. *Барт Р. Мифологии. – М.: Академический проект, 2021. – 351 с.*
2. *Воеводина Л.Н. Мифотворчество как феномен современной культуры: диссертация ... доктора философских наук. – Москва, 2002. – 282 с.*
3. *Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестник МГУ. Сер. 7, Философия. – 1990. – № 2. – С. 58-65.*
4. *Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.*
5. *Лосев А.Ф. Диалектика мифа. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2023. – 320 с.*
6. *Найдыш В.М. Мифология: учебное пособие по общим и специальным курсам по философии для студентов высших учебных заведений / В. М. Найдыш. – М.: КноРус, 2010. – 431 с.*
7. *Соссюр Ф. Курс общей лингвистики: изданный Шю Балли и А. Саше при участии А. Ридлингера. Пер. с фр. / Под ред. и с примеч. Р. О. Шор. Изд. 8-е, стереотип. – М.: ЛЕАНАНД, 2020. – 256 с.*

8. *Топорков А. Л. Мифы и мифология XX века: традиции и восприятие [Электронный ресурс]. URL: www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm (дата обращения: 27.03.2024).*

9. *Ушакова В. В. Концепция мифа в трактате Эрнста Кассирера «Философия символических форм» // Молодой ученый. – 2015. – № 21 (101). – С. 113-117.*

10. *Цендровский О. Ю. Действие вместо реакции. – Москва: Издательство АСТ, 2023. – 416 с.*

11. *Цендровский О. Ю. Свои против Чужих: какова природа ксенофобии и трайбализма? [Электронный ресурс]. URL: https://dzen.ru/a/XlOxO7f_WBdmHmsg (дата обращения: 27.03.2024).*

12. *Элиаде М. Аспекты мифа [Электронный ресурс]. URL: <https://kronadaran.am/wp-content/uploads/2014/12/Мирча-Элиаде.Аспекты-мифа.pdf> (дата обращения: 26.03.2024).*

УДК 81.23

ББК 100.3

ИМПЛИЦИТНЫЕ ПАТТЕРНЫ ГЕНДЕРОЛОГИИ В ВИЗУАЛИЗАЦИИ В ПЕЧАТНЫХ СМИ

О.Д. Цветкова, Тверской государственный университет, г. Тверь, Россия

IMPLICIT PATTERNS OF GENDEROLOGY IN VISUALIZATION IN PRINT MEDIA

O.D. Tsvetkova, Tver State University, Tver, Russia

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о визуально ориентированном гендерном решении в печатных средствах массовой информации и в рекламе. Показано, что гендерно ориентированное печатное слово сопровождается визуализацией, которая стилистически по-разному оформляется в «мужской» и «женской» версии. На наш взгляд, полученные выводы могут быть релевантны для рекламной продукции, PR-кампаний, а также взаимодействия с

целевой аудиторией на русскоязычном пространстве, причем наследуются восточные паттерны визуализации и эстетики.

Ключевые слова: гендер, гендерная лингвистика, визуализация, фото, СМИ.

Abstract. The article examines the issue of visually oriented gender solutions in print media and advertising. It is shown that the gender-oriented printed word is accompanied by visualization, which is stylistically designed differently in the “male” and “female” versions. In our opinion, the findings may be relevant for advertising products, PR campaigns, as well as interaction with the target audience in the Russian-speaking space, and oriental patterns of visualization and aesthetics are inherited.

Key words: gender, gender linguistics, visualization, photo, media.

E-mail: tsvolga@bk.ru

Если обращаться к гендерной мифологии, то стереотипная женщина представляется слабым, истеричным и переменчивым в настроении существом, которое не знает, как правильно приступить ко многим задачам и не может грамотно их решить. Женщины-художницы часто были в тени мужчин – мужей, отцов, учителей. Так, Камилла Клодель всегда считалась «тенью» великого Родена, а самобытная художница Надя Леже запомнилась как жена великого Фернана Леже, хотя и вышла за него замуж уже в зрелом возрасте, всего за несколько лет до его смерти.

Темой гендерных исследований в области социологии, истории и искусствоведения долгое время были социальные различия мужчины и женщины: мужчина мыслился как социально более «высокое» существо: в традиционном обществе мужчина имел больше прав, больше распоряжался своими свободами, имел возможность свободно выражать свою волю, в частности, в республиках он пользовался избирательным правом и мог голосовать. Это восходит к традиционным представлениям об иерархии в обществе – в частности, к представлениям греческих философов о структуре общества, представлявшейся им «правильной». Для Аристотеля весь мир вообще, по природе, устроен иерархически, поэтому мужчина должен иметь

власть над женщиной – подобно тому, как душа управляет телом. Однако в жизни полисов случаются нарушения иерархии, «извращения» природы, – и тогда некоторые женщины могут оказаться выше мужчины по способности рассуждать здраво и принимать решения. И все же женщины не должны участвовать в общественной жизни полиса (предоставив эту роль мужчинам). Аристотель отчасти аргументирует этот вывод недостатком свободного времени у женщин «из-за важных семейных обязанностей», но главный его аргумент – «недостаток силы» обосновывать свои рассуждения у большинства женщин, так как в них «не доминирует логос». Заметим, что Аристотель и другие античные философы опирались не на физиологическую разницу полов, а на разницу социальных ролей. Применительно к гендеру в искусстве следует отметить еще одну важную закономерность: гендерное искусство любого типа (в особенности, поэзия и проза) представляется «замкнутым»: женщины пишут прозу для женщин. Существует целый ряд популярных писательниц-женщин, пишущих стереотипные «женские» романы – например, о романтической любви. Это подтверждает высказанную во введении гипотезу о наличии различных средств «передачи сообщения», однако автоматически постулирует наличие в искусстве тем, интересных мужчинам, и тем, интересных женщинам. Любопытно, что в литературе «низкого жанра» действительно существует стереотип «мужского» и «женского» романа. «Мужской» роман – это детектив, однако не похожий на традиционные детективы в стиле Конан Дойла или Агаты Кристи. Содержание современных «мужских романов» составляет борьба какого-либо человека с уже известными преступниками. Интрига детективов такого рода состоит не в том, чтобы угадать, кто преступник, а в том, чтобы сопереживать герою, задавая себе вопрос «удастся или не удастся?». Детективы такого типа создают Фридрих Незнанский или Эдуард Тополь. Героями чаще всего являются бывшие или действующие сотрудники полиции, спецназа, ФСБ и пр.

Сюжет такого детектива чаще всего достаточно кинематографичен – друг друга сменяют сцены, герой динамично решает проблемы, переносясь из одного

пространства в другое. Такие детективы логичнее называть «боевиками»: они отличаются от интеллектуальных детективов так же, как классический детективный фильм от остросюжетного фильма-боевика.

Следует отметить, что особенностью современного детектива вообще является тесное взаимодействие с кинематографом: многие популярные произведения экранизированы, что, в свою очередь, добавляет им популярности и приводит к новому всплеску интереса к книге. Можно говорить, в свою очередь, о «мужских» и «женских» сериалах, основанных на соответствующей литературе: для стереотипного мужчины снимается детектив с большим количеством сцен погони, драк, открытого противостояния героев, для женщин – сериалы об отношениях, романах, встречах и расставаниях.

Любопытно, что функции любовных романов на русской почве действительно достаточно успешно выполняют женские журналы. Женские журналы – это ворох разрозненных элементов, заимствованных из вышеперечисленных текстов и вписанных в годовой цикл взрослой жизни. В качестве путеводителей по жизни они продуцируют инфантилизм как основу женского мироощущения. То, что должно быть получено однажды в детстве и стать основой для получения индивидуального опыта, началом жизненного пути, предполагающего осознанный выбор и принятие решений, в журнале растягивается на годовой и жизненный цикл, оказываясь мнимой заменой собственно личного опыта. В результате (авто)биографический дискурс в «глянцевом» изводе теряет временное измерение (история жизни) и приобретает пространственное (обустройство себя и жизни вокруг). Время застывает в пространственной картине мира.

Гендерные исследования изобразительного искусства, предпринятые в рамках конференции «Гендерный маршрут» в Беларуси, посвящены, прежде всего, обсуждению неудобных тем в искусстве: замалчивание проблем женщины, невозможность показать в рамках изобразительного искусства те или иные особенности женского тела и пр. В частности, для изобразительного

искусства крайне важен вопрос стереотипов изображения женского тела: пресловутый стандарт «90-60-90», который навязывается массовой культурой, является своеобразной дискриминацией по отношению к большому количеству женщин, не вписывающихся в этот стандарт.

Исследования гендерных стереотипов в рекламе [3; 4; 5] показали, что подобное различие характерно и для визуального оформления реклам «для мужчин» и «для женщин»: «Есть значительное отличие реклам, рассчитанных на мужчин, от реклам, рассчитанных на женщин. В первых визуальный ряд гораздо важнее, чем во вторых, и изображение товара обычно является основным воздействующим средством, а слоган – вспомогательным. В рекламах, рассчитанных на женщин, наоборот, визуального ряда может не быть (или он сведен к минимуму), однако рекламное обращение состоит из текста, обращенного к потенциальной потребительнице. Этот текст может представлять собой описание товара, различные его характеристики, историю возникновения бренда и пр. В «мужских» журналах такая реклама используется только для привлечения внимания к элитному алкоголю при позиционировании его как особенности образа жизни и, соответственно, использования историй из жизни знаменитых людей для подтверждения этого позиционирования. Возможно, отмеченная закономерность является подтверждением стереотипа «женщина любит ушами, мужчина любит глазами»: в рекламе для женщин используется больше слов, в рекламе для мужчин – больше визуализации» [1, с. 110].

Если следовать выделенному А.Г. Антинескул принципу, то в визуальном искусстве должен просматриваться тот же гендерный стереотип: в центре «мужского» фото должен быть некий один предмет, привлекающий внимание, а «женское» фото должно фиксировать некую ситуацию, динамику, многогеройный сюжет, который дает возможность поразмыслить над деталями, обдумать их и увидеть в них нечто любопытное.

«Мужское» фото должно быть близко японскому искусству с его концептом пустоты: на белом фоне, словно висящие в воздухе, изображается

предмет, который ценен сам по себе, не в прорисовке фона и какой-либо ситуации. О концепции пустоты в японской культуре пишет В.В. Барабаш: «Пустота в японской традиции выражается иероглифом «му». «Му» является важнейшей составляющей образцов как японского искусства, так и различных церемоний в восточной культуре. Например, именно в Японии существует концепт «дверь без двери», важный для дзен-буддизма. В дзен-буддистских коанах также нет никакой лишней информации: они полны пустоты, «му». Изображение, например, самурая на краю обрыва, символизирующее неизбежность рока и подчинение судьбе, помещено в пустоту: края обрыва лишь намечены, силуэт самурая повисает в воздухе» [2, с. 178].

Рабочей гипотезой данного исследования, таким образом, является отличие «мужского» способа оформлять «послание» от «женского»: визуализация в виде одного крупного объекта в отличие от детальной визуализации, свойственной женскому сознанию.

Список литературы

1. *Абрамс Д. Женщина сверху: конец патриархата? – М.: Альпина нон-фикшн, 2013. – 419 с.*
2. *Барабаш В.В., Сезонов Т.В. Гендерность как фактор специфики «мужского» медиаобраза в гляцевом журнале // Политическая лингвистика. – 2015. – №9. – С. 176-179.*
3. *Басовская Е. Н. Творцы черно-белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации // Критика и семиотика. – Вып. 7, 2004. – С. 257-263.*
4. *Ермакович С.П. Гендерные исследования в российском языкознании // Слово.ру. Балтийский акцент. – 2015. – № 4. – С. 33-38.*
5. *Кирилина А.В. Гендерные исследования в отечественной лингвистике: проблемы, связанные с бурным развитием // Гендер: язык, культура, коммуникация: материалы Второй Международной конференции, 22-23 ноября 2001 г. Москва. – М., 2002. – С. 1191-127.*

УДК 659.44

ББК 60.842

**СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ «ВКОНТАКТЕ» КАК ИНСТРУМЕНТ
PR-КАМПАНИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ТЕЛЕКАНАЛА «СТС»**

Е.В. Шерчалова, Ю.А. Лосева, Московский университет имени

А.С. Грибоедова, г. Москва, Россия

**VKONTAKTE SOCIAL NETWORK AS A PR-CAMPAIGN TOOL OF
THE FEDERAL TV-CHANNEL «STS»**

E.V. Sherchalova, U.A. Loseva, Moscow University named

after A.S. Griboedov, Moscow, Russia

Аннотация. В современных условиях развития сферы массовых коммуникаций значительно увеличивается роль социальных медиа в медиапространстве. Научная работа направлена на исследование российской социальной сети «ВКонтакте» как площадки для привлечения потенциальной аудитории и продвижения традиционных медиа в онлайн-пространстве. В статье представлены результаты анализа пиар-активностей телеканала «СТС» в социальной сети «ВКонтакте».

Ключевые слова: социальные медиа, digital-маркетинг, пиар-коммуникации, телевидение, ВКонтакте, пиар-контент.

Abstract. In modern conditions of mass communications sphere development, the role of social media in the media space is significantly increasing. The research work is aimed at the study of the Russian social network “VKontakte” as a platform for attracting potential audience and promoting traditional media in online space. The article presents the results of analyzing the PR-activities of the STS TV channel in the social network “VKontakte”.

Keywords: social media, digital marketing, PR communications, television, VKontakte, PR-content.

E-mail: e.kabir777@gmail.com, yulya.yulia.loseva@mail.ru

В конце прошлого столетия в мире, в том числе и в России, произошла цифровая революция, которая послужила начальной точкой бурного развития современных технологий, что впоследствии стало толчком для возникновения

социальных медиа, появление которых напрямую отразилось на всей бизнес-индустрии. Сфера массовых коммуникаций не стала исключением.

Традиционные средства массовой информации в конкурентных условиях медиаландшафта для привлечения аудитории и выстраивания лояльных взаимоотношений переходят на различные онлайн-площадки, где производят уникальный контент, ориентируясь на конкретную платформу. В качестве примера в работе исследована посредством структурного анализа официальная группа телеканала «СТС» в социальной сети «ВКонтакте». В статье представлены результаты наблюдения за пиар-деятельностью канала в социальной сети за период с 14.02.2024 по 14.03.2024.

Выбранный эмпирический материал релевантен вопросу исследования, так как в условиях современной медиасреды телеканалу, целевым потребителем которого является молодое поколение, необходимо выходить в онлайн, чтобы не потерять аудиторию.

Прежде, чем переходить к результатам исследования, кратко остановимся на терминологической рамке исследования и дефиницируем понятие «социальные медиа». В статье В.А. Никитенко дает следующее определение: «социальные медиа – это способ передачи информации с помощью посредника, в качестве которого выступают возникшие недавно для людей и их отношений в обществе электронных технологий, а именно с помощью различных интернет площадок» [2, с. 2].

Можно сказать, что социальные медиа – это отдельный институт коммуникации, в котором каждый вправе вести социальную жизнь. Первоначально социальные медиа выступали в качестве предмета для объединения и взаимодействия граждан. В своей научно-исследовательской работе, посвященной изучению степени использования социальных сетей, Томас Эйхнер и Фрэнк Х. Джейкоб выделяют следующие виды социальных медиа: блоги, бизнес-сети / профессиональные сети, коллективные проекты, корпоративные социальные сети, форумы, микроблоги, социальные сети для

обмена фотографиями, платформы для обзора продуктов / услуг, социальные закладки, сетевые игры, виртуальные миры, видеохостинги и социальные сети [6, с. 258-259].

Интернет является той средой, где ненавязчивая коммуникация бренда с потребителем представляется наименее сложной и ресурсозатратной. Совокупность онлайн-инструментов, которые специалист в этой области может использовать, именуется digital-пиаром или цифровым пиаром. Среди направлений цифрового пиара различают: размещение публикаций в онлайн-СМИ, работа с блогерами и создание партнерских программ, инфлюенс-маркетинг, а также ведение страниц в социальных сетях [4, с. 337]. Интернет как коммуникативный канал позволяет оперативно передавать информацию при сниженных затратах. Более того, обращение к диджитал-пиару и использование каналов, привычных более молодой целевой аудитории, создает образ бренда, идущего в ногу со временем [7], что также является значимым преимуществом.

Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни современного человека. Аналитическая компания Mediascope, регулярно предоставляющая данные медиапотребления в России, подвела итоги использования сети Интернет в период первой половины 2023 года. Согласно их исследованию, социальные сети являются одной из крупнейших активностей в онлайн, ежедневно 75% населения страны посещают социальные сети [10].

Также, по данным Mediascope, самой популярной социальной сетью по среднесуточному охвату аудитории среди россиян в приведенный период времени стала платформа «ВКонтакте» – 44,4% населения посещает сервис хотя бы один раз в день [10]. Сейчас эта социальная сеть выступает не только в роли мессенджера и новостной ленты, но и является платформой для успешного продвижения бизнес-проектов.

Упомянутая ранее аналитическая компания Mediascope поделилась с изданием «Коммерсантъ-Daily» итогами телепросмотра за 2023 год. «СТС» по-прежнему занимает первое место среди развлекательных каналов и

располагается на седьмой строчке в рейтинге, уступая новостным эфирам и опережая основного конкурента за молодежную аудиторию – телеканал «ТНТ». Также аналитики отмечают общее падение телепросмотра, причиной которого однозначно называют доминирование Интернета и онлайн-площадок как канала массовой коммуникации [11].

Федеральный телеканал «СТС» уже давно стал активно выходить на онлайн-платформы и привлекать к сотрудничеству лидеров мнений, популярных в Сети. Так, например, в новом шоу «СТС» – «Прятки», которое с апреля 2020 по февраль 2024 года выходило на YouTube-канале Дмитрия Масленникова, в качестве ведущего выступает певец Егор Крид, а в роли гостей можно увидеть популярных блогеров – Юлию Гаврилину (выпуски от 18.02.2024, 25.02.2024), Дилару (выпуски от 18.02.2024, 03.03.2024), Супер Стаса (выпуски от 03.03.2024, 10.03.2024), Амину Terdenlybae (выпуск от 10.03.2024) и многих других.

Отличным стратегическим ходом стал и перевыпуск уже полюбившихся зрителю сериалов. В середине 2023 года на экранах появилось продолжение истории «Папиных дочек». Новый сезон имеет рейтинг 8.3 на интернет-сервисе «Кинопоиск» – то есть целевая аудитория оценила сериал достаточно высоко [9]. В 2024 году ожидается выход новых эпизодов «Не родись красивой» и «Молодежки». Создаются и абсолютно новые проекты, в которых акцент делается на молодежную аудиторию: «Юность», «Плакса», «Котострофа» и другие.

Помимо развития контента телеканала, «СТС» делает акцент на социальных медиа. У телеканала есть активные сообщества и страницы на видеохостинге YouTube, в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники», мессенджере Telegram и блог-платформе «Дзен».

По состоянию на 2023 год страница канала «СТС» на видеохостинге YouTube является самой популярной в своем сегменте: аудитория на март 2023 года составляет более 13 млн подписчиков. Там люди могут бесплатно

посмотреть новые серии любимых сериалов и шоу, а также обмениваться своим мнением в комментариях.

На втором месте по активности среди платформ телеканала «СТС» находится официальная группа в социальной сети «ВКонтакте» – она была создана в июне 2010 года (исходя из данных, указанных в описании сообщества), и на март 2024 года имеет аудиторию около 3,5 млн человек. Аккаунт носит более интерактивный и мультимедийный характер, чем канал на видеохостинге. Помимо своей основной функции – информирование о выходе проектов, в группе размещаются фото со съемок (бэкстейдж), короткие ролики шуточного формата, мемы, различные конкурсы и т.д., что позволяет нам говорить об активном digital-маркетинге.

Социальная сеть в целом представляет собой удобную платформу для продвижения мультимедийного контента. При этом акцент на одной форме подачи материала кажется успешным тактическим решением, так как позволяет привлечь нишевую аудиторию, но не представляется удачной стратегией в целом [3, с. 103]. Подробно разобрав контент сообщества телеканала «СТС», представленный в группе «ВКонтакте», мы как раз видим пример такого разнообразного контента, ориентированного на широкую аудиторию:

1. Короткие видео / Клипы. Согласно опросу, проведенному компаниями «Анкетолог» и «Sixth Sense», 49 % пользователей Рунета отдают предпочтение коротким вертикальным видеозаписям, из них 58% смотрят этот формат в VK-клипах [8]. Подобный формат видеозаписи может выступать эффективным инструментом для привлечения аудитории к бренду. Во-первых, короткий видеоконтент позволяет увеличить охваты и вовлеченность, так как имеет большое количество потребителей. Во-вторых, короткие видео идеально подходят для демонстрации продукции или услуг бренда, а также стимуляции пользователя к действию.

Телеканал «СТС» публикует в VK-клипах запоминающиеся отрывки из своих развлекательных передач и сериалов. В исследуемый период в сообществе было опубликовано 22 видеозаписи короткого формата.

Это небольшое видео может побудить аудиторию к просмотру полной записи проекта. Помимо всего прочего формат коротких видео помогает бренду выстроить лояльные взаимоотношения с аудиторией, показать свою уникальность и ценности, что помогает бренду укрепить свою позицию на рынке.

2. Интеграция мемов. Телеканал «СТС» ориентирован на молодежную аудиторию и ведет социальные сети, опираясь на ее интересы и предпочтения. Исследователи акцентируют внимание на том, что бренды используют интернет-мемы в контенте, чтобы говорить с аудиторией на одном языке и повысить эффективность коммуникации [1, с. 181]. Мемы применяются в качестве инструмента PR, так как они имеют способность быстро распространяться в социальных сетях, а слияние новостной повестки компании с мемом позволяет привлечь внимание потребителя на контент и продуктивно информировать аудиторию. Так как «СТС» – молодежный телеканал, ему необходимо обращаться к современной интернет-повестке и современному сленгу. Кроме того, мемы, публикуемые «СТС», передают юмористическую направленность телеканала.

3. Интерактив с аудиторией: опросы, конкурсы. Интерактивный контент позволяет бренду получить быструю обратную связь, понять потребности аудитории, их предпочтения и ожидания.

- **Опросы.** Результаты опросов помогают компании адаптировать стратегию маркетинга и коммуникации, а также наглядно увидеть позицию аудитории. Телеканал «СТС» регулярно публикует в социальной сети «ВКонтакте» опросы, в которых спрашивается мнения зрителей касательно премьер. Так, например, перед выходом новых выпусков проекта «Прятки» в официальном сообществе можно увидеть опросы с вопросом: «За кого будешь

болеть в новом выпуске?» (посты от 18.03.2024, 25.02.2024, 03.03.2024, 10.03.2024).

- **Конкурсы.** Конкурсный формат способствует укреплению связи между потребителем и компанией, и в том числе является способом поощрения аудитории и привлечения новых пользователей. Вдобавок получение приза мотивирует юзеров к участию и активизирует интерес к контенту, тем самым розыгрыш способствует увеличению вовлеченности подписчиков [5, с. 195]. «СТС» часто проводят розыгрыши рекламно-сувенирной продукции (мерча), а также шанса поприсутствовать на съемках новых проектов в качестве зрителя. Основным условием участия в конкурсе является предоставление пользовательского контента (UGC): фотографии, видео, комментарии и т.д., или совершение активных действий на сайте телеканала. К примеру, в честь Международного женского дня «СТС» проводил розыгрыш мерча. Для участия необходимо было прислать в комментарии под постом (от 08.03.2024) граффити с рисунком цветка на белом фоне.

4. Личный контент. Помимо основной информации, непосредственно касающейся работы телеканала, «СТС» зачастую публикует кадры бэкстейджа и личные фотокарточки звезд телеканала. Обнародование фотографий и видеозаписей с «закулисьем» помогает укрепить связь с аудиторией, открыть процесс съемок и показать, как устроена работа компании изнутри. Тем самым зритель может ощутить себя частью команды. Также публикация бэкстейджа создает интригу для зрителя, продвигает проект и делает акцент на эксклюзивность контента. Размещение личных фотоснимков лиц «СТС» обладает похожими функциями – приближает знаменитость к народу, показывая, что это живой человек, у которого также, как и у подписчиков есть личная жизнь. «СТС» акцентирует внимание на хороших взаимоотношениях в команде, и даже поздравляют своих знаменитостей с днем рождения на многомиллионную аудиторию. По сути, основной целью публикации личного контента является желание быть ближе к целевому потребителю.

5. Креативный контент. Креативный контент – это достаточно обширная разновидность материалов, но главная их функция – привлечь внимание аудитории. Такие посты должны носить уникальный характер, отличаться от других публикаций, привлекать пользователя и вызывать положительные эмоции. Креативный контент может быть представлен в различных форматах, включая фотографии, видео, статьи, информационные графики и многое другое. «СТС» регулярно выкладывает не только посты, напрямую связанные с деятельностью телеканала, но и выпускает креативный контент, который завуалированно соотносится с проектами: картинки с поздравлениями, коллажи, подборки и т.д. В качестве примера можно привести публикацию от 14.02.2024, в которой «СТС» оригинально поздравляет подписчиков с Днем святого Валентина, с помощью отличительных черт телевизионных героев: «Дорогой зритель СТС, мы любим тебя больше, чем ... Николай Петрович любит кричат “Египетская сила” ... Федя любит разыгрывать Федю» и т.д.

7. Эксклюзив для Вконтакте. Эксклюзивный материал необходим для удержания и привлечения аудитории среди многообразного контента в социальных сетях. В марте 2024 года «СТС» выпустил премьеру эксклюзивно для социальной сети «ВКонтакте» – сериал «Сидоровы», сценарий которого написан нейросетью. Проект носит экспериментальный характер, не показывается в эфире и не дублируется на других платформах. Телеканал привлекает внимание к проекту не только с помощью оригинального метода создания сериала, но и за счет феномена «эксклюзивности».

Мультимедийность платформы «ВКонтакте» позволяет публиковать контент различных форматов и использовать их для качественной PR-стратегии. Помимо вышеперечисленных инструментов PR, «СТС» регулярно выкладывает статистику телеканала, чем подчеркивает статусность среди конкурентов; публикует информацию о проведении кастингов; и имеет свой чат-бот, где люди могут задать интересующих их вопрос, касающийся деятельности канала, а также узнать телепередачу. Публикация уникального и разностороннего

контента позволяет сохранить уже имеющихся подписчиков, привлечь потенциальных потребителей и задействовать их в активном взаимодействии. Все эти подходы позволяют «СТС» оставаться первым среди молодежных телеканалов и ежедневно увеличивать свою аудиторию.

Список литературы

1. Александровский С.В., Зинчак Е.В., Козырева Д.С., Софонова Е.Н. *Отношение потребителей к мемам в видеорекламе // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2020. – № 4. – С.181-194.*
2. Никитенко В.А. *Сравнительный анализ понятий «новые медиа» и «социальные медиа» // Огарев-Online. – 2017. – № 12. – С.1-5.*
3. Копылова Т.С., Тарунтаева В.В. *Онлайн-сообщества ВКонтакте: разность контента и близость аудитории // Власть. – 2024. – № 2. – С. 96-104.*
4. Плотников А.В. *Онлайн-коммуникации в маркетинге // Московский экономический журнал. – 2018. – №5 (2). – С. 336-340.*
5. Тулушева Е.С., Шерчалова Е.В. *«Феномен Пелевина» в контексте рекламной прагматики (на примере e-mail-кампании к выходу романа «Путешествие в Элевсин»). – Неофилология. – 2024. – № 10(1). – С. 186-198.*
6. Aichner T., Jacob F.H. *Measuring the degree of corporate social media use // International Journal of Market Research. – 2015. – Vol. 2. – № 57. – P. 257-275.*
7. Kępuska Z. *Digital-marketing // European journal of economics and management sciences. – 2021. – № 4. – P. 74-77.*
8. *Анкетолог: 49% россиян «залипают» в короткие вертикальные видео [Электронный ресурс]. URL: <https://iom.anketolog.ru/2024/02/14/korotkie-vertikal-nye-video-issledovanie> (дата обращения: 09.03.2024)*
9. *Кинопоиск: Папины дочери. Новые (сериал 2023 - ...) [Электронный ресурс]. URL: https://www.kinopoisk.ru/series/5249042/?utm_referrer=www.google.com (дата обращения: 28.03.2024)*

10. *Mediascope: Медиатренды 2023 [Электронный ресурс]. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/208/og23iq3qtowi7movoanxs9l9djsxqgzv/День%20бренда_K_Ачкасова.pdf (дата обращения: 11.03.2024).*

11. *Mediascope: «Россия 1» сохранила лидерство по итогам телесмотра в 2023 году [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6444933?ysclid=lsrm8f0gq1864423627> (дата обращения: 05.03.2024).*

Экспертно-аналитическое сопровождение государственных, федеральных и ведомственных программ

УДК 811.161.1

ББК 81.411.2

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ РЕАЛИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ РУССКОГО ЯЗЫКА И РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ В РАМКАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАНИЯ»

Д.Н. Жаткин, Пензенский государственный технологический университет, г. Пенза, Россия

Т.С. Круглова, Институт гуманитарного образования и тестирования, г. Москва, Россия

Е.Г. Кузовникова, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

А.А. Рябова, Пензенский государственный технологический университет, г. Пенза, Россия

С.Н. Морозова, Филиал федерального государственного казенного военного образовательного учреждения высшего образования «Военная академия материально-технического обеспечения имени генерала армии А.В. Хрулёва» Министерства обороны Российской Федерации в г. Пензе, г. Пенза, Россия

TYPICAL MISTAKES IN THE PREPARATION OF ACCOUNTING DOCUMENTATION ON THE RESULTS OF THE IMPLEMENTATION OF MEASURES TO PROMOTE THE RUSSIAN LANGUAGE ABROAD WITHIN THE FRAMEWORK OF THE STATE PROGRAM OF THE RUSSIAN FEDERATION «DEVELOPMENT OF EDUCATION»

D.N. Zhatkin, Penza State Technological University, Penza, Russia

T.S. Kruglova, Institute of Humanities Education and Testing, Moscow, Russia

E.G. Kuzovnikova, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

A.A. Ryabova, Penza State Technological University, Penza, Russia

S.N. Morozova, The Branch of the Federal State-owned Military Educational Institution of Higher Education “Military Educational Institution of Logistics named after General of the Army A.V. Khrulyov” of the Ministry of Defence of the Russian Federation in Penza city, Penza, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются типичные ошибки при подготовке отчетной документации по итогам организации и проведения мероприятий по продвижению русского языка за рубежом. Материалом для анализа стали отчеты по заключенным в 2023 году соглашениям с Министерством просвещения Российской Федерации о предоставлении из федерального бюджета гранта в форме субсидии юридическим лицам в рамках реализации отдельных мероприятий государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», направленных на полноценное функционирование и развитие русского языка.

Ключевые слова: экспертно-аналитическое сопровождение, грант в форме субсидии, государственная программа, русский язык за рубежом.

Abstract. The article discusses typical mistakes in the preparation of accounting documentation based on the results of organizing and conducting events to promote the Russian language abroad. The material for the analysis was reports on agreements concluded in 2023 with the Ministry of Education of the Russian Federation on the provision of a grant in the form of a subsidy from the federal budget to legal entities as part of the implementation of certain activities of the state program of the Russian Federation „Development of Education” aimed at the full functioning and development of the Russian language.

Key words: expert and analytical support, grant in the form of a subsidy, state program, Russian language abroad.

E-mail: ivb40@yandex.ru, tatjana.sk@mail.ru, katerinakuzovnikova@gmail.com, asnowflake@yandex.ru, s.morozova09@mail.ru

В 2023 году в рамках реализации отдельных мероприятий государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», направленных на полноценное функционирование и развитие русского языка, российскими юридическими лицами осуществлялась работа по созданию центров открытого образования на русском языке и обучения русскому языку, а также по проведению за рубежом мероприятий образовательного, научно-методического, просветительского характера. В соответствии с требованиями государственной программы результат предоставления субсидии «Обеспечено развитие открытого образования на русском языке и обучения русскому языку» оценивался показателями: «Количество центров открытого образования», «Количество очных курсов на русском языке для иностранных граждан», «Количество иностранных граждан, прошедших обучение на безвозмездной основе по разработанным курсам на русском языке». Основными показателями, подтверждающими достижение результата предоставления субсидии «Обеспечено проведение мероприятий, направленных на популяризацию русского языка, российского образования и культуры с привлечением иностранных участников», являлись: «Количество мероприятий просветительского, образовательного и научно-методического характера», «Количество иностранных граждан, принявших участие в мероприятиях». В этой связи особенно важным становилось подтверждение достижения значений по данным показателям (с учетом общего выполнения требований, изложенных в конкурсной документации, а также обязательств, указанных в заявках грантополучателей). Отметим, что проекты, реализуемые, преимущественно, педагогическими вузами, а также Российским университетом дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Санкт-Петербургским государственным университетом, Российским биотехнологическим университетом и Союзом за содействие сохранения традиционных духовных ценностей «Христианский мир», были направлены на достижение обоих результатов предоставления субсидии; проекты некоммерческих организаций и ряда вузов,

подведомственных Минобрнауки России (в частности, Московского государственного лингвистического университета, Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Вятского государственного университета), были сосредоточены исключительно на проведении мероприятий, популяризирующих русский язык и российское образование. Многие грантополучатели имели опыт работы в прошлые годы [см., например: 1, с. 23–29; 2, с. 125–134; 3, с. 22–27], что помогло в преодолении объективных трудностей, обусловленных сложной международной ситуацией, санкционным давлением, скачками курсов валют.

В настоящей статье сделана попытка систематизации наиболее типичных замечаний к отчетам грантополучателей в части достижения ими значений результатов предоставления субсидии.

1. В соответствии с требованиями конкурсной документации в отчете должна предоставляться «информация о проведении мероприятий просветительского характера, научно-методического характера, образовательного характера, список участников каждого мероприятия, программа каждого мероприятия». Однако отдельными организациями в отношении каждого мероприятия были представлены только фотографии и списки участников, тогда как «информация о проведении» и «программа каждого мероприятия» отсутствовали.

2. Списки участников научно-методических, просветительских и образовательных мероприятий представлены в формате листов регистрации с подписями участников, приложены фотографии с самих мероприятий, что в целом подтверждает выполнение грантополучателями показателя по общему числу участников мероприятий, установленного соглашением. Вместе с тем соглашение не предполагает повторного учета одних и тех же лиц, если они посетили не одно, а два, три и более мероприятий, организованных грантополучателем. Представленные списки не позволяют установить отсутствие указанного дублирования. С целью подтверждения показателя с

организаций дополнительно запрашивались алфавитные списки участников всех мероприятий за подписью руководителя проекта.

3. Для подтверждения числа проведенных очных курсов на русском языке для иностранных граждан, согласно конкурсной документации, необходимо было представить «программы Курсов с приложением учебно-методического комплекса по каждому курсу в бумажной форме и на электронном носителе». Однако в ряде отчетов были только программы, а учебно-методические комплексы не приложены.

4. Среди представленных материалов в папке «Подтверждающие документы к отчету о достижении значений результатов предоставления Субсидии» отсутствуют приказы о зачислении и отчислении слушателей курсов. Вместе с тем среди представленных документов имеются книга учета (ведомость выдачи сертификатов) с собственноручными подписями слушателей и договор со сторонней организацией – Псковским государственным университетом, обеспечившим выполнение работ. В качестве образцов приложено 3 сертификата о прохождении государственного тестирования по русскому языку. Организациям рекомендовано в обязательном порядке предоставлять в отчете приказы о зачислении и отчислении слушателей курсов, а также (на выбор) либо ведомость выдачи сертификатов с подписями тех, кто их получил, либо сканированные копии всех выданных сертификатов.

5. В отчете о достижении значений результатов предоставления субсидии в системе «Электронный бюджет» по показателю «Количество иностранных граждан, принявших участие в мероприятиях» фактическое число участников мероприятий равно плановому, однако представленные в составе отчета о реализации проекта итоговые списки дают перевыполнение. Цифры в отчетах должны совпадать; как правило, корректировке подлежит фактическое значение в отчете в системе «Электронный бюджет».

6. Списки участников научно-методического, образовательного и просветительского мероприятий, состоявшихся в 2023 г., не содержат подписей

участников мероприятий. Необходимо представить листы регистрации участников каждого мероприятия с их подписями и сводный список участников мероприятий за подписью руководителя проекта. Подготовка сводного списка тем более важна, что в аналитическом отчете об исполнении гранта указано, что в мероприятиях приняло 198 иностранных граждан (168 участников мероприятий образовательного и просветительского характера, 30 участников мероприятий научно-методического характера), тогда как в отчетах в системе «Электронный бюджет» указано фактически 90 участников мероприятий (без перевыполнения).

Также необходимо отметить, что в ряде случаев организациями не выполнялись надлежащим образом иные требования, например, не предоставлялся или предоставлялся в ненадлежащем виде (с превышением по длительности звучания, с нарушением иных требований) видеоролик по итогам мероприятий, не предоставлялись сведения о размещении на сайте образовательной организации, на базе которой функционирует Центр открытого образования, информации о курсах и деятельности Центра открытого образования и т. п.

Проверка отчетных материалов организаций-грантополучателей позволила прийти к выводу, что не всегда качество выполненных работ коррелирует с качеством представленных отчетов. В особенности это касается ряда педагогических вузов, впервые принявших участие в конкурсных процедурах, с энтузиазмом выполнивших работы по продвижению русского языка за рубежом, но при этом вынужденных существенно дорабатывать свои отчеты, не во всем соответствовавшие требованиям конкурсной документации и разработанных экспертной организацией методических рекомендаций. Вместе с тем полученные результаты позволяют констатировать, что задачи, ставившиеся в предшествующие годы, в частности, связанные с созданием и обеспечением системного функционирования за рубежом Центров открытого образования на русском языке и обучения русскому языку [см., например: 4, с. 178–183; 5, с. 16–

17], получают свое практическое воплощение благодаря инициативе Министерства просвещения Российской Федерации, поддержанной значительным числом образовательных организаций всей страны.

Список литературы

1. Небольсина М.С. Опыт реализации проекта «Центр открытого образования на русском языке и обучения русскому языку в Республике Таджикистан» // *Открытое образование на русском языке: вызовы современности и перспективы развития: Материалы Международной научно-методической конференции* / Отв. ред. А.Ю. Маслова. – Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2021. – С. 23-29.

2. Кудинова Г.Ф., Ахметова Н.А. Международный центр продвижения русского языка и литературы им. М. Карима как модель открытого образования // *Педагогический журнал Башкортостана*. – 2022. – № 3 (97). – С. 125-134.

3. Артамонов В.Н., Байкова Ю.Г., Галушко Е.Ф., Захарова Е.В. Центр открытого образования на русском языке: опыт реализации проекта // *Поволжский педагогический поиск*. – 2021. – № 1 (35). – С. 22-27.

4. Шестакова Л.И., Березовская Я.Л. Создание и развитие партнерской Сети Центров открытого образования на русском языке за рубежом как форма реализации языковой политики государства // *Вестник Челябинского государственного университета*. – 2020. – № 12 (446). – С. 178-183.

5. Антонова Е. А. Продвижение русского языка за рубежом // *Электронные ресурсы открытого образования по русскому языку: лучшие практики: Сборник статей международной научно-практической конференции (Москва, 7–8 декабря 2017 г.)* / Отв. ред. В. Н. Климова. – М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2018. – С. 16-17.

УДК 811.161.1

ББК 81.411.2

**ИЗМЕНЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К ЮРИДИЧЕСКИМ ЛИЦАМ,
ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМ ПРОДВИЖЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА И
РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ В РАМКАХ
РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСА ПРОЦЕССНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ
«НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, МЕТОДИЧЕСКОЕ И КАДРОВОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ И ЯЗЫКАМ
НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ПРОГРАММЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «РАЗВИТИЕ
ОБРАЗОВАНИЯ», В СВЯЗИ С ПРИНЯТИЕМ ПОСТАНОВЛЕНИЙ
ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ № 1780 ОТ
25.10.2023 Г. И № 1781 ОТ 25.10.2023 Г.**

*Д.Н. Жаткин, Пензенский государственный технологический университет,
г. Пенза, Россия*

А.А. Тимакова, Пензенский государственный университет, г. Пенза, Россия

Е.В. Комольцева, Московский международный университет, г. Москва, Россия

*О.С. Милотаева, Пензенский государственный университет архитектуры и
строительства, г. Пенза, Россия*

*Т.А. Яшина, Пензенский государственный технологический университет,
г. Пенза, Россия*

**CHANGES IN REQUIREMENTS FOR LEGAL ENTITIES PROMOTING
THE RUSSIAN LANGUAGE AND RUSSIAN EDUCATION ABROAD AS
PART OF THE IMPLEMENTATION OF A SET OF PROCESS ACTIVITIES
“SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL, METHODOLOGICAL AND
PERSONNEL SUPPORT FOR TEACHING THE RUSSIAN LANGUAGE
AND THE LANGUAGES OF THE ETHNIC GROUPS OF THE RUSSIAN
FEDERATION” OF THE STATE PROGRAM OF THE RUSSIAN
FEDERATION “DEVELOPMENT OF EDUCATION”, IN CONNECTION
WITH THE ADOPTION OF GOVERNMENT RESOLUTION OF THE
RUSSIAN FEDERATION NO. 1780 OF OCTOBER 25, 2023 AND NO. 1781
OF OCTOBER 25, 2023**

D.N. Zhatkin, Penza State Technological University, Penza, Russia

A.A. Timakova, Penza State University, Penza, Russia

E.V. Komoltseva, Moscow International University, Moscow, Russia

*O.S. Milotaeva, Penza State University of Architecture and Construction, Penza,
Russia*

T.A. Yashina, Penza State Technological University, Penza, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются изменения в организации работ по продвижению русского языка и российского образования за рубежом в рамках реализации комплекса процессных мероприятий «Научно-методическое, методическое и кадровое обеспечение обучения русскому языку и языкам народов Российской Федерации» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», обусловленные принятием постановлений Правительства Российской Федерации № 1780 от 25.10.2023 г. и № 1781 от 25.10.2023 г.

Ключевые слова: экспертно-аналитическое сопровождение, грант в форме субсидии, государственная программа, русский язык за рубежом.

Abstract. The article considers changes in the organization of work to promote the Russian language and Russian education abroad as part of the implementation of a set of process activities “Scientific-methodological, methodological and personnel support for teaching the Russian language and the languages of the ethnic groups of the Russian Federation” of the state program of the Russian Federation “Development of Education”, in connection with the adoption of Government Resolution of the Russian Federation No. 1780 of October 25, 2023 and No. 1781 of October 25, 2023.

Key words: expert and analytical support, grant in the form of a subsidy, state program, Russian language abroad.

E-mail: ivb40@yandex.ru, anna.a.timakova@gmail.com, elena-komolceva@yandex.ru, milo124@rambler.ru, yashina_tanya@mail.ru

Продвижение русского языка и российского образования за рубежом как инструмент «мягкой силы» на постсоветском пространстве и в дальнем зарубежье [см., например: 1, с. 141–148; 2; 3, с. 44–47; 4, с. 7–31; 5; 6] в последние годы в силу общеполитической ситуации приобретает особую значимость. С 2024 года работы по продвижению русского языка и российского образования в рамках реализации комплекса процессных мероприятий «Научно-методическое, методическое и кадровое обеспечение обучения русскому языку и языкам народов Российской Федерации» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» осуществляются с учетом Правил предоставления из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации субсидий, в том числе грантов в форме субсидий, юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также физическим лицам –

производителям товаров, работ, услуг, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 25 октября 2023 г. №1780 и Правил отбора получателей субсидий, в том числе грантов в форме субсидий, предоставляемых из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также физическим лицам – производителям товаров, работ, услуг, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 25 октября 2023 г. №1781. В данной статье, ориентированной на грантополучателей, акцентируются те изменения, которые должны учитываться при подготовке заявок и организации работ по проектам.

1. В соответствии с п. 15 Правил предоставления из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации субсидий, в том числе грантов в форме субсидий, юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также физическим лицам – производителям товаров, работ, услуг, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 октября 2023 г. № 1780, средняя заработная плата одного работника, непосредственно связанного с достижением результата предоставления субсидии, должна не превышать размера среднемесячной начисленной заработной платы таких работников по соответствующему субъекту Российской Федерации, исчисляемого по данным Федеральной службы государственной статистики за предыдущий финансовый год. В связи с этим юридическое лицо должно не допускать превышения установленных нормативов.

2. В соответствии с п. 25 (подпункт «в»)) Правил предоставления из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации субсидий, в том числе грантов в форме субсидий, юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также физическим лицам – производителям товаров, работ, услуг, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 октября 2023 г. № 1780, получатель субсидии должен обеспечить включение в договоры работ, услуг, заключаемые с поставщиками (подрядчиками,

исполнителями) по указанным договорам, условие о согласии на осуществление в отношении их контроля, в том числе в части достижения результатов предоставления субсидии, главным распорядителем бюджетных средств, а также органами государственного (муниципального) финансового контроля в соответствии со статьями 2681 и 2692 Бюджетного кодекса Российской Федерации. Следовательно, начиная с 2024 г., при реализации мероприятий по продвижению русского языка и российского образования за рубежом возможен контроль не только первичной документации, но и документации контрагентов грантополучателя.

3. В связи с усилением контроля за расходованием бюджетных средств в форме 5 «Описание проекта» конкурсной документации существенно расширен перечень предоставляемых заявителем материалов о планируемых расходах. Помимо финансово-экономического обоснования и сметы расходов дополнительно предоставляются: финансовый план-график мероприятий по реализации проекта; месячный план расходов; пояснительная записка к расчётам (расшифровка затрат и т. д.). Данные документы, содержательно дополняя друг друга, не должны вступать в противоречия, вызывать двоякие толкования. Организациям рекомендуется заполнять финансовые формы в одной единице измерения – тыс. руб., тем самым избегая технических ошибок, округлений сумм и т. д., которые могут случаться при переводе сумм из одной единицы измерения в другую. Месячный план должен содержать итоговые суммы расходов по каждому месяцу календарного года, пояснительная записка должна обосновывать суммы расходов, заявленные в смете.

4. В соответствии с документацией конкурсного отбора обязательным документом для подачи заявки, предусматривающей проведение повышения квалификации и выдачу документа установленного образца, становится лицензия, см. п. 6.1.10 конкурсной документации: «У участника отбора получателей субсидий, подающего заявку на реализацию проекта, предусматривающего реализацию дополнительных профессиональных

программ, должна быть действующая лицензия на образовательную деятельность по программам дополнительного профессионального образования». В прежние годы такого требования не было, что давало возможность участвовать в конкурсе нелицензированным организациям, привлекая организации, имеющие лицензии, в качестве субподрядчиков для реализации одного из направлений работы, связанного с повышением квалификации.

5. Обращает на себя внимание содержание критериев оценки заявок (п. 14.7 конкурсной документации), в соответствии с которым руководитель проекта, связанного с проведением повышения квалификации, оценивается по критерию «Опыт руководства крупными образовательными и/или просветительскими и/или конгрессно-выставочными проектами, направленными на поддержку русского языка и образования на русском языке», а руководитель конгрессно-выставочного проекта – по критерию «Опыт руководства конгрессно-выставочными проектами, направленными на поддержку и продвижение русского языка, российского образования, науки и технологий за рубежом, для государственных заказчиков». По другим критериям (напр., «наличие высшего образования, ученой степени/ученого звания или высшей квалификационной категории» и т. д.) руководитель проекта не оценивается.

Как видим, основные изменения, обусловленные принятием постановлений Правительства Российской Федерации № 1780 от 25.10.2023 г. и № 1781 от 25.10.2023 г., связаны с совершенствованием механизмов контроля за расходованием бюджетных средств в рамках реализации мероприятий. Включение лицензии на реализацию дополнительных профессиональных программ в число обязательных документов по ряду лотов призвано повысить требования к организациям-заявителям, планирующим проведение курсов повышения квалификации.

Список литературы

1. Арская Ю. А. Продвижение русского языка за рубежом как инструмент «мягкой силы»: роль вузов в реализации Концепции государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом (на примере деятельности Иркутского государственного университета) // Известия Иркутского государственного университета. Серия «Политология. Религиоведение». – 2017. – Т. 22. – С. 141-148.

2. Из опыта организации службы консультационной поддержки в рамках экспертно-аналитического сопровождения мероприятий по продвижению русского языка за рубежом / Д. Н. Жаткин, Е. Г. Кузовникова, Е. В. Комольцева [и др.] // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере : Материалы XVI Международной научно-практической конференции, Москва - Пенза, 15–16 ноября 2023 года. – Москва - Пенза: Пензенский государственный технологический университет, 2023. – С. 295-300.

3. Маслова А.Ю., Мочалова Т.И. О выявлении лучших практик образования на русском языке и обучения русскому языку в мировом образовательном пространстве // Международный научный конгресс «Русский язык в странах СНГ: положение, функционирование, коммуникация»: Сборник материалов конгресса: В 3 ч. / Отв. редактор С.Ю. Камышева. Москва: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2022. – Ч. 1. – С. 44-47.

4. Малышева Е.Г., Рогалева О.С. Деятельность Центров открытого образования на русском языке и обучения русскому языку: аналитический отчет // Русский язык и культура в фокусе современных образовательных технологий: Сборник материалов I Международной научно-практической конференции (28–30 ноября 2021 г., Самарканд, Узбекистан). – Омск: Изд-во Омского государственного университета, 2021. – С. 7-31.

5. Натурный мониторинг как эффективный механизм экспертно-аналитического сопровождения отдельных мероприятий государственной

программы Российской Федерации «Развитие образования», направленных на полноценное функционирование и развитие русского языка / Д. Н. Жаткин, Т. С. Круглова, Л. Г. Кихней [и др.] // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере : Материалы XVI Международной научно-практической конференции, Москва - Пенза, 15–16 ноября 2023 года. – Москва - Пенза: Пензенский государственный технологический университет, 2023. – С. 282-287.

б. Экспертно-аналитическое сопровождение работ по поддержке и развитию центров открытого образования на русском языке и обучения русскому языку за рубежом / Д. Н. Жаткин, Л. Н. Алешина, О. И. Лыткина [и др.] // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере : Материалы XVI Международной научно-практической конференции, Москва - Пенза, 15–16 ноября 2023 года. – Москва - Пенза: Пензенский государственный технологический университет, 2023. – С. 288-294.

УДК 070

ББК 76.0

**РЕЦЕПЦИЯ МОТИВИРУЮЩЕГО КОНТЕНТА АУДИТОРИЕЙ
(НА ПРИМЕРЕ ПЛАТФОРМЫ YOUTUBE)**

*Д.Н. Павлов, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**RECEPTION OF MOTIVATING CONTENT BY VIEWER
(BASED ON THE EXAMPLE OF THE YOUTUBE PLATFORM)**

D.N. Pavlov, Moscow University named after A.S. Griboedov, Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена определению уровня рецепции мотивирующего контента зрителями медиаплатформы You-Tube. Доказывается, что МК состоит из нарративной цепочки необходимых элементов, которые способны воздействовать на человека. Уровень рецепции анализируется посредством комментариев, отметок «нравится» и количеством просмотров материала. Анализ произведен с помощью 5 видеороликов, отвечающих требованиям мотивирующего контента.

Ключевые слова: медианарратив, рецепция, мотивация, мотивирующий контент.

Abstract. The article is devoted to determining the level of reception of motivating content by viewers of the media platform You-Tube. It is proven that MC consists of a narrative chain of necessary elements that can influence a person. The level of reception is analyzed through comments, likes and the number of subscriptions to the account. The analysis was carried out using 5 videos that meet the requirements of motivating content.

Key words: media narrative, reception, motivation, motivating content.

E-Mail: dima2011211@gmail.com

Мотивирующий контент (далее МК) – контент психологического характера, который можно встретить на медиаплатформах, основной его задачей является моделирование поведения аудитории в критичные моменты жизни. Правильно подобранные нарративные матрицы при создании МК выступают средством социального воздействия на аудиторию. МК присутствует на визуальных платформах: You-Tube, Instagram, TikTok. Формат МК изменчив, он

зависит от инструментария платформы, но всегда визуален. Автор МК, создавая нарративную цепочку, способен конструировать общественное или личное мнение аудитории [2].

Анализируемая рецепция возникает, когда зритель с определенным кризисом личности попадает под влияние мотивирующего контента. Именно таким образом происходит воздействие на личность, ей предлагается ролевая модель поведения выхода из кризисной ситуации. Мотивирующий контент также имеет определенный кредит доверия у аудитории, потому что в качестве главного героя выступает знаменитость/кумир. Главный герой медиапроизведения проходит через череду неудач, при этом доказывая окружению свою ценность и необходимость в «воцарении» [1, с. 35].

Мы предлагаем проанализировать 5 видеороликов медиаплатформы YouTube, чтобы определить уровень рецепции. В качестве показателей анализа учитываются отметки «нравится», комментарии и количество просмотров материала. При этом содержательная часть комментариев наиболее репрезентативна в исследовании. Именно она отражает истинную реакцию аудитории на МК.

В видеоролике «Так Я Придумала Гарри Поттера | Джоан Роулинг (Правила Успеха)» [7] можно проанализировать рецепцию зрителя по следующим критериям:

1. Количество просмотров данного МК на платформе YouTube (35100);
2. Отметок «нравится» (2,2 тыс.);
3. Количество комментариев (71);
4. Содержание комментариев:

– *«Фраза: никогда не говорите детям, что не получится.... Это и убило во мне писателя...»*, – @user-se1nf6lj7j.

– *«Я плачу вместе с ней, потому что мою книгу тоже никто не принимает... Я знаю, через что она прошла»*, – @user-en8yz3jh5l.

– «Джоан стала примером которая доказала, что нельзя сдаваться пусть тебя и оскорбляют, пусть тебя не любят и самая важное не опускать руки пусть ты в провале», – @user-zg5cg7ed2y.

– «Спасибо, Эван!! Это волшебное видео!!!!» – @user-pe8jd9ji6o.

– «Я тоже с самого детства любила писать рассказы и читать книги, но из-за того, что я не очень-то интересные рассказы писала - бросила это дело. Но благодаря этому видео я опять хочу писать. Кто знает, может, в будущем я тоже буду известной писательницей», – @layladml.

Исходя из содержания комментариев, можно сказать, что мотивирующий контент имеет позитивное влияние на зрительскую аудиторию. В проанализированном видеоролике удалось обнаружить рецепцию зрителей, выстроенную автором посредством структурно-нарративной цепочки.

В следующем видеоролике «Арнольд Шварцнеггер: мотивация, которая изменит вашу жизнь» [3] также можно отследить рецепцию аудитории.

1. Количество просмотров материала (47823);
2. Отметок «нравится» (3 тыс.);
3. Количество комментариев (106);
4. Содержание комментариев:

– «Под впечатлением! У него столько решимости!!! Вдохновлена составить план и действовать», – @Vsemlubvi.

– «Благодарю за видео. Мне очень нравится смотреть Арнольда, классный мотиватор. Каждый раз смешишь его спите быстрее», – @dashakiyenko9096.

– «Спасибо Эван за мотивацию. Не бойтесь провала», – @anatoliy_invest.

– «Мега человек! Очень мотивирует. Особенно фраза: Каждый подход, который я делаю, приближает меня к моей цели. Как же это просто и круто», – @user-ss4vh3vk4z.

– «Только сегодня закончил чтение его книги "вспомнить всё..." В ней Арни написал 4 своих главных принципов и 10 правил. Рекомендую их. Мне по душе:

никогда не раздумывай слишком долго, так как это мое слабое звено», – @user-ii6wx5yk9f.

Можно проследить позитивное отношение зрителя к мотивирующему контенту.

Третья из пяти публикаций имеет название «Не Принимай Негатив Ближе к Сердцу | Билл Гейтс» [5].

1. Количество просмотров материала (30315);

2. Отметок «нравится» (1,9 тыс.);

3. Количество комментариев (237);

4. Содержание комментариев:

– «Спасибо, как раз вовремя эта тема)) Начинаю день с твоего канала, заряжаюсь энергией и позитивом. Благодарю», – @user-lh2ir5tw2u.

– «Мой день начинается с этого канала! Спасибо!» – @user-xu2hm9ne8i.

– «У меня сейчас сложный период в жизни, хотя он длится уже давно, но я верю, что самое лучшее для меня впереди. Просто, надо потерпеть и идти по своему пути. Ваши видео и слова мотивируют, придают желание жить и двигаться дальше и только вперед! Спасибо, еще раз!» – @user-sb8hq9ol4x.

– «Запомни, нет ничего невозможного. Ты можешь совершенно все! Если тебе кто-то скажет что ты не можешь, не слушай его даже если сильно любишь. Если у тебя есть мечта - иди к ней напролом. Ты творец своей судьбы», – @VladoRubinstein.

Четвертый видеоролик, рецепцию на который мы анализируем в данном исследовании называется «История, которая заставляет задуматься!» [4]. Проанализируем рецепцию аудитории на данный МК.

1. Количество просмотров материала (350220);

2. Отметок «нравится» (15 тыс.);

3. Количество комментариев (423);

4. Содержание комментариев:

– «Слезы на глазах наворачивались, эта история многих подкрепит у кого подобная история. Всем сильного духа и веры в себя!!!» – @favoritefamilyfun.

– «Большое спасибо за историю миллионера! Очень мотивирует, я осознал, что лежать на диване и мечтать о богатстве нечего не принесёт», – @kalpachok8501.

– «Спасибо! Смотрела много мотивирующих видео, но это меня сильно впечатлило!!! Всё верно, вера в себя творит чудеса! Всем желаю удачи и успеха», – @user-dd5nd9pv3z.

– «Да всё в точку. Какими мы себя чувствуем, такую жизнь и получаем. Практически всё зависит только от нас. Спасибо за видео. Очень мотивирует», – @user-fq6kn3rp1g.

Последний материал данной работы называется «Невероятная история успеха. Халил Рафати - Я забыл умереть!» [6]. Рассмотрим вовлеченность аудитории в МК:

1. Количество просмотров материала (36254);
2. Отметок «нравится» (1,3 тыс.);
3. Количество комментариев (57);
4. Содержание комментариев:

– «Спасибо за видео, очень мотивирует много раз пересмотрел, ещё истории выпускать будете? заранее благодарю», – @earless4872.

– «Сильнейший человек и сильнейшая мотивация! Благодарю автора за потрясающее видео! Огонь!» – @kristinake8781.

– «В этом мире жить очень легко, просто шевелите мозгами», – @user-xj3ff5ws7t.

Проанализировав пять материалов, размещенных на видеоплатформе YouTube, мы можем отметить, что влияние мотивирующего контента положительно сказывается на аудитории. Рецепцию мы определяли по количеству просмотров, отметок «нравится», комментариев. Аналогичным образом мы анализировали содержание комментариев, при этом отметим, что автор МК работает с ролевой

моделью поведения выхода из кризисной ситуации. В основном на платформе You-Tube представлен тематически ограниченный комплекс МК (карьера, деньги, поиск собственного жизненного пути). Большая часть комментариев отражает мотивацию аудитории в решении кризисной ситуации. Некоторые зрители используют МК для поддержания мотивированного состояния личности на протяжении долгого времени. Отношение к автору МК также можно определить по содержанию комментариев, оно исключительно позитивное.

Список литературы

1. *Наговицын А.Е., Пономарева В.И. Сказкотерапия: теория и практика. Типология сказки. – М.: Генезис, 2011. – 336 с.*
2. *Павлов Д.Н. Структура и функции сказочного медианарратива социальной сети Instagram (на примере мотивирующего контента) // Litera. – 2023. – № 11. – С. 91-101.*
3. *Арнольд Шварцнеггер: мотивация, которая изменит вашу жизнь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OAxDALBDTv0> (дата обращения: 13.04.2024).*
4. *История, которая заставляет задуматься! [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kEwglUL-48A> (дата обращения: 10.04.2024).*
5. *Не Принимай Негатив Близко к Сердцу | Билл Гейтс [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uzY-bnPrMi0> (дата обращения: 10.04.2024).*
6. *Невероятная история успеха. Халил Рафати - Я забыл умереть! [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FXHjdDWyGME> (дата обращения: 10.04.2024).*
7. *Так Я Придумала Гарри Поттера | Джоан Роулинг (Правила Успеха) [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0_kJ0yzGQ0M (дата обращения: 04.04.2024).*



Научное издание

**РОССИЯ В МИРЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
В ГУМАНИТАРНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**Материалы XVII Международной научно-практической конференции
(Москва – Пенза, 22-23 апреля 2024 г.)**

Сдано в производство 24.04.2024. Формат 60x84 1/16. Бумага типогр. № 1. Печать трафаретная. Шрифт Times New Roman Суг. Уч.-изд л. 14,06. Усл. печ. л. 9,80. Заказ № 3285.

Пензенский государственный технологический университет
440039, Россия, г. Пенза, пр. Байдукова/ул. Гагарина, 1 а/11