

**Всероссийская научная конференция молодых ученых
«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ:
ПРОБЛЕМЫ И ПОИСКИ РЕШЕНИЙ».**

Ростов-на-Дону, 20 июня 2013 г.

(секция: филология)

**Интерпретационный потенциал экзотизмов: этнокультурный аспект
(на материале переводной на русский язык хакасской литературы)**

Р.П. Абдина

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Проблема интерпретационного потенциала переводного художественного текста связана с вопросами его понимания и толкования. А перевод, как вид посредничества между лингвосоциокультурными общностями, является не только средством межъязыковой, но и средством межкультурной коммуникации. Рассмотрение перевода, как средства межкультурной коммуникации, вытекает из понимания языка как компонента культуры, а культуры – как совокупности материальных и духовных достижений общества, включающей этнокультурные особенности этноса [1]. При таком понимании язык определяется как единое социально-культурное образование, которое отражает особенности этноса как носителя определенной культуры. Способность называть этнокультурную специфику этноса присуща экзотизмам как словам, не имеющим своего однословного наименования в переводящем языке. Например: *Подле изголовья постели, у нас-парана сидел богатырь Изил Молат* [2, с. 438]. *Пас-паран* – затемненное место в углу юрты, с левой стороны у изголовья кровати хозяина, где хранили предметы быта, оружие.

В художественной литературе и публицистике экзотизмы необходимы для читателя, поскольку они интерпретируют информацию об особенностях образа жизни данного народа. Художественный текст функционирует в культуре как носитель и источник информации о мире, представленной сквозь призму национальной культуры и как источник собственно языковой информации [3]. Поэтому гениальность автора состоит в умении выбрать и соединить такие слова в художественном тексте, благодаря чему читатель острее всего на интуитивном уровне улавливает сущностные этнокультурные смыслы [4].

Так, в переводном на русский язык хакасском героическом эпосе и фольклоре нами было выявлено несколько экзотизмов, номинирующих реалии, связанные с духовным миром человека: *чула* – душа, духовный двойник человека, который может покинуть человека при жизни, *сюне* – душа человека, отделившаяся от тела после смерти, *юзют* – дух, душа умершего человека, приносящая вред. Использование этих экзотизмов позволило переводчику раскрыть тему духовного мира человека, разработанную на основе шаманских верований хакасов о странствиях души человека [5]. Анализируя экзотизмы, номинирующие национальную кухню (*талган, айран, пызылах, хыйма*) [6], можно узнать о традиционных занятиях народа. Так, основными ингредиентами национальных блюд хакасов являются молочные, зерновые, мясные продукты, следовательно, основным традиционным занятием народа является скотоводство и земледелие.

Таким образом, экзотизмы в художественных текстах позволяют интерпретировать специфику образа жизни народа и помогают читателю уловить и понять существенные этнокультурные смыслы. Лишение текста перевода экзотизмов может привести к отдалению читателя от культуры языка оригинала.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Валеева Н.Г.* Введение в переводоведение. - М.: Изд-во РУДН, 2006.
2. Хакасский героический эпос «Алтын Арыг» под ред. Майногашевой В.Е.. – М., 1988.
3. *Маслова В.А.* Поэт и культура: концептосфера Марины Цветаевой: Учебное пособие / В.А. Маслова. – М.: Флинта: Наука, 2004.
4. *Хроленко А.Т.* Основы лингвокультурологии: учеб пособие – А.Т. Хроленко; под ред. В.Д. Бондалетова. – 5-е изд. – М., 2009.
5. *Абдина Р.П.* Экзотизмы, номинирующие реалии, связанные с духовным миром человека в хакасском героическом эпосе. // Мир науки, культуры, образования. 2012. № 6. Научный журнал. Горно-Алтайск, 2012. С.3-5
6. *Доможаков Н.Г.* Ыраххы аалда. В далеком аале. Роман на хакасском и русском языках. – Абакан, 2010.

Формирование профессиональной компетенции средствами иностранного языка

Р. А. Абсалямова

г. Тюмень, Тюменский государственный университет

Согласно примерной программе «Иностранный язык» для неязыковых вузов и факультетов, основной целью курса является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования (С.Г. Тер-Минасова). Т.е. усвоение иностранного языка является одним из средств осуществления будущей профессиональной деятельности. Специалист должен уметь использовать обобщенные алгоритмы профессионально-речевого поведения в ситуациях иноязычного общения в поликультурной среде; уметь выстраивать взаимодействие с учетом потребностей, мотивов и установок партнера по общению; уметь находить информацию профессионального и социокультурного характера в аутентичных материалах. Базовая характеристика коммуникативной компетенции связана со способом ее формирования: она формируется и проявляется только в процессе деятельности, а ее качество определяется мерой включенности в деятельность.

Модернизация образования, переход к компетентностному образованию определили широкий и всесторонний интерес к использованию на занятиях по иностранному языку форм контекстного обучения (семинар-дискуссия, диспут, коммуникативный тренинг, ролевая, деловая игра, учебная практика, научно-исследовательская работа студентов) [1], проектного и проблемного обучения. В процессе обучения иноязычному общению происходят взаимный обмен информацией, вырабатывается стратегия речевого поведения, прогнозируется поведение речевого партнера, происходит взаимная стимуляция, контроль и корректировка действий, формируется план совместных действий.

При выполнении данных видов работ формируются следующие компетенции, способствующие самосовершенствованию любого специалиста:

1. вовлеченность в порождение инициатив,

2. вовлеченность в процесс разработки и реализации деловых игр, проектов,
3. вовлеченность в организацию рефлексии и построения деятельности.

Деловой уровень коммуникации связывает людей, объединенных интересами дела, совместной деятельностью ради достижения общих целей. Люди должны ориентироваться на совместный поиск средств повышения эффективности сотрудничества, стремиться к рационализации их отношений. Формы обучения иностранному языку в неязыковом вузе и сам иностранный язык способствуют профессиональному становлению будущего специалиста.

ЛИТЕРАТУРА:

1. *Вербичкий А.А.* Компетентностный подход и теория контекстного обучения. – М.: ИЦ ПКПС. 2004. – 84 с.
2. *Гальскова Н.Д.* Современная методика обучения иностранным языкам. Пособие для учителя. – М.: АРКТИ, 2003. – 192 с.
3. *Тер-Минасова С.Г.* Примерная программа "Иностранный язык" для неязыковых вузов и факультетов.

Лексические варианты фразеологических единиц (на материале трилогии «Сказания о людях тайги»

А. Черкасова, П.Москвитиной)

Ю.В. Алешечкина

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Среди всех изменений, которым подвергаются фразеологические единицы (далее – ФЕ), самым заметным, является замена одного или нескольких компонентов.

С.Г. Гаврин дает следующее определение лексических вариантов: «Устойчивая разновидность фраземы, в которой частично изменен лексический состав без нарушения общего смысла» [1, с. 15].

Среди лексических вариантов ФЕ, зафиксированных в трилогии А.Черкасова и П. Москвитиной, встречаются следующие группы (в соответствии с классификацией В.М. Мокиенко[2]):

1. Заменяющий компонент – полный синоним заменяемого.

ФЕ *набивать живот*, имеющая семантику «наедаться досыта» [3, с. 5], представлена в следующих лексических трансформациях:

«– Крохами с царского стола *набил брюхо* и глазами в землю смотришь» («Хмель»). «– А таперича вот совсем лафа – *набивай пузо дармовым хлебушком*» («Черный тополь»).

2. Заменяющий компонент синонимичен заменяемому, но отличается от него оттенком значения.

В составе узуальной ФЕ *кануть в вечность* в значении «исчезнуть» [4, с. 291] компонент *вечность* обозначает «очень долгое время, бесконечность» [5, с. 82]. Данный фразеологизм преобразуется за счет изменения слова *вечность* на *небытие* в значении «отсутствие жизни (первоначально о смерти как отсутствии бытия)» [5, с. 399] и употребляется в следующем контексте: «Пусть ваши петроградские заблуждения *канули в небытие*» («Конь рыжий»).

3. Заменяющий компонент не является синонимом заменяемого, но относится к тематически однородной группе лексики, т.е. является другим, смежным родовым именем. «– Откуда ты берешь деньги для горла? – орал он. – Не из нашей ли кассы? Через какие дивиденды *заливаешь себе за воротник?*» («Черный тополь»). В литературном языке известна ФЕ *заливать за галстук* в значении «выпивать, напиваться пьяным» [6, с. 115].

4. Заменяющий компонент относится к заменяемому не по смыслу, а по созвучию.

Так, в составе узуальной ФЕ *ни в чох, ни в сон (ни в птичий грай)*, означающей «ни во что не верить» [3, с. 373] наблюдается в языке «Сказаний о людях тайги» замена компонента *сон* на *мох*: «– Была ведьма и есть, – долбил старец. – *Ни в чох, ни в мох не верует*» («Хмель»).

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гаврин С. Г. Фразеология русского языка. – М.: Просвещение, 1967. – 72с.
2. Мокиенко В. М. Славянская фразеология. – М., 1989. – 240 с.

3. Фразеологический словарь русского литературного языка / Сост. А. И. Федоров. Т. 2: Н - Я. – М.: Цитадель, 1997. – 396 с.
4. Фразеологический словарь русского литературного языка / Сост. А. И. Федоров. Т. 1: А – М.: Цитадель, 1997. – 391 с.
5. *Ожегов С. И.* Словарь русского языка / Под ред. Н. Ю. Шведовой. – М., 1990. – 917 с.
6. Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А.И. Молоткова. – М.: Советская энциклопедия, 1967. – 544 с.

**Метонимия как основа создания фразеологических единиц
(на материале трилогии «Сказания о людях тайги»**

А. Черкасова, П.Москвитиной)

Ю.В. Алешечкина

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Многие исследователи-фразеологи (Е.И. Диброва, А.Н. Ковалева, О.Г. Сальникова, С.Г. Шулежекова и др.) [1, с. 115] считают, что в основе создания фразеологических единиц (далее - ФЕ) лежит метонимический перенос. На основании этого нами выделяются два вида смежности, происходящие на гиперо-гипонимическом уровне:

1. место и его содержимое:

«– *Все вы из одной квашни*» («Конь рыжий»). Ср.: *из одного теста* – «совершенно похож на кого-либо по характеру, мировоззрению и образу жизни и т.п.» [2, с. 304].

«*Глаза Ефимии распахнулись от ужаса. Знала: глагол Мокея не по ветру бьет, а по живому телу*» (“Хмель”). Автором трилогии изменены узуальная ФЕ *бить по сердцу*, означающая «что-либо причиняет душевную боль, страдание» [3, с. 61].

2. часть и целое:

« – *И вдруг от какого-то встречного трахнуло, как обухом по лбу*» («Черный тополь»). Данная ФЕ представляет собой лексический вариант общеязыкового фразеологизма *как/будто, точно обухом по голове* в значении «неожиданно, внезапно ошеломлять, крайне озадачивать» [2, с. 50].

«Меланья поднялась бледная, **ни кровинки в щеках**» («Хмель»). Ср. зафиксированную во фразеологических словарях литературного языка ФЕ **ни кровинки в лице** («кто-либо очень бледен» [3, с. 329]).

В языке «Сказаний о людях тайги» нами зафиксированы ФЕ, иллюстрирующие лексические варианты, обусловленные заменой различных компонентов:

Например, общеязыковая ФЕ **выкинуть из головы** («забыть, перестать думать») [3, с. 119] представлена как лексический вариант в следующих контекстах:

- а. «– **Из головы** камень **вышибет**, не то, что из человека» («Хмель»), где наблюдается замена компонента **выкинуть** синонимом **вышибить**;
- б. «– **Помнишь или вылетело из памяти?**» («Черный тополь»); здесь наблюдается замена слова **голова** на **память**, основанная на метонимическом переносе (место и его содержимое).

Во фразеологизме **до костей** в значении «очень сильно, совсем, насквозь» [4, с. 209] наблюдаются следующие замены:

- а. с отнесенностью к одной тематической группе:
«**Ноя пробирало до печенки-селезенки**» («Конь рыжий»);
- б. с метонимическим переносом по модели «место и его содержимое»:
«**И голос с той же глухостью и глазами пробирает до нутра**» («Черный тополь»).

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Иванникова Е. А.* Об отдельности и тождестве фразеологизма в случаях структурной вариантности // Активные процессы в области русской фразеологии. – Иваново, 1984. – С. 115-124.
2. Фразеологический словарь русского литературного языка / Сост. А. И. Федоров. Т. 2. М.: Цитадель, 1997. – 396 с.
3. Фразеологический словарь русского литературного языка / Сост. А. И. Федоров. Т. 1. – М.: Цитадель, 1997. – 391 с.
4. Фразеологический словарь русского языка/Под ред. А. И. Молоткова. – М.: Советская энциклопедия, 1967. – 544 с.

Языковая изобразительность материалов поликультурной тематики: к вопросу о соотношении частотности использования элокутивов ¹

Д. Г. Антипова

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова

Средства массовой информации обладают высокой степенью влияния на аудиторию, во многом это обусловлено активным использованием журналистами элокутивов (тропов и фигур речи), позволяющих привлекать и удерживать внимание адресата от начала до конца сообщения и создавать в его сознании яркие образы и представления.

На основе анализа материалов поликультурной тематики, опубликованных в республиканской газете «Хакасия» в период с января по май 2013 года, выявим соотношение частотности использования элокутивов и определим, какие изобразительно-выразительные средства наиболее характерны для региональной журналистики данного периода.

Нами было проанализировано 68 номеров газеты «Хакасия». Следует отметить, что из 870 материалов, поликультурная тематика рассматривается в 11, что составляет 1,3 %. Данная соотношенность представляет интерес и дает возможность увидеть перспективы исследований в этой области. В настоящей же статье остановимся на элокутивной изобразительности языка СМИ поликультурной тематики. В анализируемых материалах зафиксированы 976 изобразительно-выразительных средств. Из них 571 – тропы (58,5 %) и 405 – фигуры речи (41,5 %). Фиксируем факт того, что наиболее часто в журналистских произведениях используются такие тропы, как эпитет (387 – 67,8 %), метафора (109 – 19 %), метонимия (19 – 3,33 %). Которые призваны не только создавать образ, но и усиливать впечатление, выделять предмет из ряда подобных и выражать эмоциональные впечатления (данные функции в комплексе зафиксированы И.В. Пекарской [1]). Наиболее характерными фигурами для анализируемого периода являются амплификация (71 – 17,44 %), апозиопеза (60 – 14,7 %), антитеза (53 – 13,2 %), риторическое восклицание (43 – 10,5 %), парцелляция (38 – 9 %). Приведем некоторые примеры данных элокутивов:

¹ НИР выполняется в рамках государственного задания Минобрнауки России

Эпитет: «земляничные поля», «упоительная свежесть» [2], «всеобъемлющая душа», «умирающая духовность» [3]. **Метафора:** «шаг времени» [2], «глубина времен» [4], «живая нить», «жгучая ладошка» [2]. **Метонимия:** «Хакасия» уже рассказывала» [5], «наука все еще пребывает в неведении» [4]. **Амплификация:** «Он мог быть не только художником, но и учителем, экскурсоводом, инструктором по сплаву, журналистом» [3]. **Апозиопеза:** «Не дожил он до этого юбилея буквально несколько лет...» [6]. **Антитеза:** «Прочитав рукопись, тщательно обдумывал текст, а вот рисовал недолго» [7], «...люди делятся на две большие группы: созидателей и разрушителей» [6]. **Риторическое восклицание:** «Вот такой он был!» [7], «нужно поторопиться!», «Зато как привольно было в полях и лесах» [2]. **Парцелляция и эллипсис:** «Он также занимался монументальными вещами, вместе с архитекторами оформлял здания и интерьеры. Но главное – графика» [7].

По-нашему мнению, наибольшая частотность использования тропов по сравнению с частотностью использования фигур обусловлена особенностями авторского подхода. Так, авторы анализируемых материалов поликультурной тематики в первую очередь стремятся создать образ, выразить свое эмоциональное состояние (тропы) и усилить ранее сказанное за счет использования специфической, концентрирующей на себе внимание формы (фигуры речи).

ЛИТЕРАТУРА :

1. Пекарская И. В. Об изобразительных и выразительных особенностях метафоры как актуализатора прагматики высказывания // Синтаксическая семантика: проблемы и перспективы: тезисы докладов международной конференции 21-22 мая 1997 г. Орловский госуниверситет. Орел: Изд-во Орловского государственного университета, 1997. С. 61-63.
2. Сагалакова Э. Карагайское детство мое // Хакасия. № 60, 3 апреля 2013.
3. Чепашева А. Тайные знаки духа // Хакасия. № 30, 20 февраля 2013.
4. Амелин С. Забытый бог среднего Енисея Сергей // Хакасия. № 51, 21 марта 2013.
5. Амелин С. Что поведают миру «цари» северных хунну?» // Хакасия. № 1, 10 января 2013.

6. *Потапова Т.* Созидатель // Хакасия . № 81. 30 апреля 2013
7. *Караяниди О.* Владимир Годыков: точки и многоточия» // Хакасия. № 40, 6 марта 2013.

Аббревиатуры и анекдоты

В. П. Антонов

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова

За более чем столетнюю историю аббревиатур в лингвистике и общественном мнении не раз ставился вопрос о их целесообразности. В выступлениях (и лингвистов, и нелингвистов) высказывались сомнения в необходимости аббревиации, утверждалось, что аббревиатуры идут на убыль, что будущего у них нет. Но наше время говорит о том, что аббревиатуры живут (рождаются, стареют и умирают) и развиваются; они активно используются в языке и речи; мало того, аббревиатуры вытесняют из активного употребления развернутые наименования: (1) *Бомж Иван нашел ноутбук и в первую очередь проверил корзину;* (2) *Когда молодые, взявшись за руку, идут в загс, то, как правило, у мужчин на кисти остаются синяки и др.* Развитие аббревиатурной лексической подсистемы проявляется, в частности, в том, что ее члены приобретают новое функциональное наполнение, в частности, на их базе образуются новые слова: (3) *Идет трамвай. За ним на хорошей скорости едет гаишник и кричит: – Водитель трамвая, сбавь скорость и прими вправо!;* (4) *SMSка от жены: «Я машину ПОМЫЛА»... Муж, хватаясь за голову: «Господи, пусть это будет «Ы»!!!.* Кроме того, аббревиатуры становятся экспрессивными средствами языка и речи: (5) *От источника из Думы поступила достоверная информация, что на предстоящих выборах в Госдуму тройку лидеров от «Единой России» возглавит Ф. Киркоров. В знак благодарности Филя сменил отчество на Едросович.* Аббревиатуры активно используются в людической функции: (6) *Штирлиц идет по улице. Ему на голову упало яйцо. «МММ» – нет проблем», – подумал Штирлиц.*

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что анекдот как малый жанр фольклора, в отличие от некоторых жанров такой же формы (поговорок, поговорок, загадок, притчей), демонстрирует свою жизненную силу. Наше время рождает все новые тексты смехового, шуточного, саркастического характера, включающие аббревиатуры с разным назначением.

Как показывает наш анализ, одной из основных функций аббревиатур в анекдотах является номинативная: они необходимы для называния разных реалий, связанных с предметом осмеяния: (7) *Худшая судьба для собаки – охранять границу между **КНДР** и Южной Кореей. Как говорится, шаг влево, шаг вправо, и...;* (8) *Сообщение **ТАСС**: «Вчера в Большом зале Кремля Л.И. Брежнев принял английского посла за немецкого и имел с ним беседу...»;* см. также текст (4).

Еще одним важным предназначением аббревиатур можно назвать текстопорождение: аббревиатуры участвуют в качестве опорных (узловых) элементов, нужных для продуцирования анекдотов. Вспомним анекдот, бытовавший в советское время: (9) *Брежнев прилетает в Ташкент. Идет по аэродрому, со всех сторон приветствуют: – Салам алейкум! – Алейкум салам! Кто-то из толпы: – **ГУЛАГ** архипелаг! Брежнев в ответ: – Архипелаг **ГУЛАГ**! Вся «соль» этого анекдота заключается именно во включении в него выделенной аббревиатуры смешанного (звуко-слогового) типа.*

В анекдотах нашего времени достаточно часто аббревиатуры употребляются с целью создания разных приемов языковой игры: (10) *Реклама «Интуриста»: «Приезжайте в **СНГ**, пока оно само не приехало к вам!»;* (11) *Власти жизнь нам улучшают, / **МРОТ** немного повышают, / Но российский наш народ / Постоянно «**мрот**» и «**мрот**»!»;* см. также анекдот (6).

Нередко аббревиатуры включаются в анекдотические тексты с экспрессивной целью: (12) – *Эмансипация – это когда женщины за права борются. – Да ты что! Когда женщины за права борются – это экзамен в **ГИБДД**!»;* см. также текст (5).

Функционирование аббревиатур в текстах анекдотов можно рассмотреть и под другими углами зрения: приемы включения языковую игру, особенности трансформации аббревиатур и др. Но это дело будущего исследования.

**Жанровая и языковая специфика
текстов региональной пресс-службы
(на материале пресс-релизов ГУ МЧС России по Хакасии)**

А.Н. Белошапкин

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Целью настоящей статьи станет выявление специфики соотношения жанра и языка текстов корпоративной пресс-службы. Актуальность данной работы связана с осознанием факта зависимости уровня прагматической значимости текста определенного жанра от его элокутивной оформленности. В журналистике процесс становления жанров был схожим со становлением жанра в литературе [1]. Жанры складывались постепенно, в процессе становления публицистического стиля в его устной и письменной формах.

Как отмечает А.А. Тертычный, под журналистскими жанрами подразумеваются устойчивые типы публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками. И хотя журналистика корнями своими уходит в литературу, она всегда развивалась по своему пути, поэтому тексты имели особенности, отличные от беллетристики или критики [4]. Пресс-релиз относят к информационным жанрам, которые подразумевают лишь изложение фактов и явлений, оценки здесь могут позволить себе лишь компетентные специалисты. В основе таких текстов всегда лежит факт – информационный повод, а также содержится информация о том, что произошло, когда произошло, почему произошло, кто стал участником события и т.д. Отчасти подобные тексты строятся по принципу перевернутой пирамиды, но «с расширенным описанием фактов и явления» [2].

Языковые средства, используемые при написании пресс-релиза, должны быть понятными широкой аудитории. Не допускается использования профессионализмов, диалектов, просторечий и т.д. В то же время текст пресс-релиза не должен быть похожим на текст официального документа, со сложными синтаксическими конструкциями и узкоспециализированными терминами. Использование изобразительных и выразительных средств языка в пресс-релизах допустимо и целесообразно в том объеме, который является допустимым в информационных жанрах. Их лучше использовать в заголовках, так как именно заголовок, концентрируя в себе высокую степень семантической

и языковой прагматики, должен привлекать внимание и вызывать интерес. От этого во многом зависит, прочтут пресс-релиз или нет. Емкая информация в пресс-релизе должна быть подана в «концентрированной, лаконичной» форме, то есть по объему он не должен превышать одной печатной страницы. Эту цель как раз и помогает достичь грамотное использование системы изобразительно-выразительных средств, которые, по замечанию И.В. Пекарской, в малом грамматическом объеме способны выразить широкий спектр семантических реализаций [3].

ЛИТЕРАТУРА:

1. *Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Собр. соч. – М.: Русские словари, 1996. Т. 5: Работы 1940-1960 гг. С.159-206.
2. *Белошапкин А.Н.* Коммуникативные и речевые особенности пресс-релизов ГУ МЧС России по Хакасии // Язык, культура, коммуникация: аспекты взаимодействия: научно-методический бюллетень. Вып. 9 / Под ред. И.В. Пекарской. – Абакан, 2012. С. 31-41.
3. *Пекарская И. В.* Контаминация в контексте проблемы системности стилистических ресурсов русского языка. Ч.1, Ч. 2 – Абакан: изд-во ХГУ им. Н. Ф. Катанова, 2000.
4. *Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 240 с.

Наименования женщины по месту жительства или рождения в русских говорах Приамурья

Ю.В. Бобрикова

*г. Хабаровск, Дальневосточный государственный
гуманитарный университет*

Сложившиеся в Приамурье говоры – уникальный продукт междиалектного взаимодействия и контактирования переселенцев с местными жителями. Эти говоры отражают не только сложные миграционные процессы на Дальнем Востоке, но и уходящую традиционную народную культуру. На совре-

менном этапе развития русского языка, когда влияние иностранных культур ставит под угрозу национальное самосознание, особенно важно обращаться к языковым истокам, каковыми являются народные говоры.

Лексико-семантическая группа (далее – ЛСГ) «Наименования женщины по месту жительства или рождения» входит в состав идеографического поля «женщина» в русских говорах Приамурья и насчитывает 9 лексем: *лесовчка, албазна, поселенка, аргнка, старожелка, рожднка, аргунй-ка, забайклка, гурнка*. Несмотря на малочисленный состав, в данной ЛСГ присутствуют все типы языковых отношений, существующие в пределах описываемого поля.

Гиперо-гипонимические семантические отношения наблюдаем в ряду наименований женщины по месту рождения: *рожднка, аргунйка, забайклка, гурнка*. Гиперонимом в данном ряду является слово *рожднка* (уроженка: *Она рожднка здшна, она вам все расскажет*. [СРГП; 384]); гипонимами выступают наименования *аргунйка* (уроженка села, расположенного по реке Аргуни в Забайкалье. *А сама-то я аргунейка, там родилась, жила на Шилке*. [СРГП; 22]); *зabayклка* (женщина, родившаяся в Забайкалье. *Она в Талдане живет, забайклка*. [СРГП; 141]); *гурнка* (прозвище местной амурской жительницы. *Я сама гурнка, здесь родилась, меня гурнкой так и зовут, я не обижаюсь* [СРГП; 108]). **Антонимические** отношения в рассматриваемой ЛСГ представлены в наименованиях *рожднка – поселенка*. Это комплементарные антонимы, один из которых обозначает наличие признака (рождена в данной местности), а второй – его отсутствие. В отношении **семантической синонимии** вступают наименования *зabayклка – аргунйка*, так как имеют общий семантический компонент «уроженка Забайкалья», но отличаются объемом содержания понятий: слово *зabayклка* обозначает в целом уроженку Забайкалья, наименование *аргунйка* конкретизирует, в каком именно поселении Забайкалья родилась женщина (в селе, расположенном по реке Аргуни). **Вариантные** отношения мы видим в паре наименований *аргунйка – аргнка*, которые имеют общее лексическое значение («жительница села, расположенного по реки Аргуни»), не отличаются стилистической окраской, но различаются словообразовательными суффиксальными морфемами (-ейк- // -к-) и поэтому являются словообразовательными вариантами. **Эпидигматические** отношения представлены в наименовании местной амурской жительницы *гурнка*. Слово образовано от мужского варианта *гурн*, которое омонимично названию

самца косули. Эти омонимы образованы путем распада полисеманта. Изначально *гурнами* называли местных охотников за их костюм из шкур *гурна* – косули. Метафора была создана на основе внешнего сходства животного и человека, одетого в костюм из шкур этого животного.

Рассматриваемые наименования женщины по месту жительства или рождения – это уникальные слова, отражающие диалектную языковую картину мира жителей Приамурья.

ЛИТЕРАТУРА :

1. СРГП – Словарь русских говоров Приамурья / авт.- сост.: О. Ю. Галуза, Ф.П. Иванова, Л. В. Кирпикова, Л. Ф. Путятин, Н. П. Шенкевец. Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2007. – 544с.

Механизм образования сдвиг-фигуры: синтагматическая и парадигматическая специфика¹

О. А. Вольф

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова

Вопрос языковой выразительности всегда был актуальным для носителей языка и его исследователей. Важным в связи с этим становится обращение к таким изобразительно-выразительным средствам, как фигуры речи, тем более таким, которые не были зафиксированы ни в Античном каноне, ни в старых и современных риториках, учебниках словесности, стилистики. Одной из таких ярких, но не назывных и не исследованных фигур, по утверждению И. В. Пекарской, является **сдвиг-фигура** [1, Ч.П, с. 36, 113, 203, 248, 274], требующая системного структурно-семантико-функционального описания.

В данной статье обратимся лишь к представлению механизма образования фигуры сдвига (С.), который не как фигура речи, стиля, но как явление в художественной (преимущественно в стихе) и публицистической речи, связанное с ситуацией, когда конец одного слова и конец следующего за ним или два стоящих рядом коротких слова образуют как бы новое слово, изменяющее смысл фразы, отмечен А. Квятковским: *Вздохнули ль вы* [львы], *внимая тихий глас / Певца любви, певца своей печали?* (А. С. Пушкин) [3, с. 25].

¹НИР выполняется в рамках государственного задания Минобрнауки России по теме «Проблемы и особенности межкультурной коммуникации в поликультурной среде» (№ 12-01-10)

Описание механизма образования С. целесообразно провести через обращение к идее принциповой организации элокутивов (тропов и фигур), заявленной в работах Г. Н. Акимовой, Э. М. Береговской, А. П. Сковородникова и др. и обобщенной в исследованиях И. В. Пекарской [1, Ч. I, с. 188; 2]. И. В. Пекарская позиционирует С. как речевую фигуру (в отличие от «стыка» – сдвига-какологии – ошибки) как предложенческого, так и текстового уровня, «образованную по принципу фонетико-семантической контаминации способом синкретизма (фонетическая контаминация) и амальгамации – аппликации (семантическая контаминация). При С. конец одного слова и начало следующего за ним при произнесении сливаются в одно: *Что делал слон, когда пришел на поле он?* – детская загадка <...> » [1, Ч. II, с. 274]. При этом контаминация (от лат. *contaminatio* – "соприкосновение, смешение") трактуется как принцип, представленный 3 способами: синкретизмом (совмещением), аппликацией (наложением, вставкой) и амальгамацией («соскальзыванием» с одной структуры на другую) [1, Ч. II, с. 16–35].

Соглашаясь в целом с данной трактовкой механизма образования С., считаем необходимым внести в нее поправку и дополнение: 1) С. образован не только по принципу фонетико-семантической (парадигматический принцип), но и грамматической контаминации (синтагматический принцип) способом синкретизма, 2) С. строится не только по принципу контаминации, но и одновременно – по принципу алогизма, а значит, является маргинальной гетерогенной фигурой (о маргинальности и гетерогенности см.: [1]).

ЛИТЕРАТУРА:

1. *Пекарская И. В.* Контаминация в контексте проблемы системности стилистических ресурсов русского языка. Ч. I, Ч. II. – Абакан: Издательство Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2000. – 344 с.
2. *Квятковский А. П.* Поэтический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 366 с.

Окказиональные графические тропы в современном публицистическом дискурсе

Е. С. Грищева

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

В работе постулируется мысль о том, что графическая окказиональность может быть интерпретирована как средство формирования тропов.

Графический окказионализм (в широком смысле) – это любое отступление от графической, орфографической нормы языка, это маркирование той или иной языковой/речевой единицы при помощи различных графических средств, ведущее либо только к новой (оригинальной) визуализации лексем, либо еще и к созданию окказиональной лексемы с новой семантикой.

Тропеическую окказиональность можно определить как способность окказионализмов формировать тропы как обороты речи, содержащие перенос наименования с одного предмета на другой. Окказионализмы тропеического типа в силу своей специфики являются более образными, а, значит, и прагматически яркими.

Значительная часть нашего языкового материала представлена примерами **графической метафоры** (термин В. П. Москвина). Механизмы возникновения метафорического образа в графических метафорах в целом сходны с принципами обычных метафорических переносов. Двуплановость содержания графической метафоры реализуется через взаимодействие ассоциативных полей неких двух объектов метафоризации, при этом с помощью графических маркеров актуализируется какой-то из двух релевантных в лексеме смыслов. *Дело о пираМММиде* (РГ. 17.01.2011). *€стественный отбор* (110 миллиардов спасут экономику Греции...) (РГ. 04.05.2010). Различные графемы (символы) создают двоякий образ предмета (в лексеме *прираМММида* МММ является двуплановым по своему содержанию: в первом (основном плане) он функционально равен букве «М», в фоновом плане – это как бы вершина пирамиды и название компании финансовой пирамиды «МММ»; *€стественный €* – буква Е и знак евро – символ денег, богатства).

В **графических сравнениях** в роли компаратора и компаранта выступают какие-либо изображения, похожие по форме на буквы, а потому заменяющие их (такой способ образования графических лексем рассматривает Д. В.

Гугунава, называя его идиографией). Так, в рекламе водки «Мягков» вместо «ь» в слове «*Мальчишник*» графическое изображение бутылки, и слоган «*Мальчишник. Символ мягкости для приятных поводов*». В рекламе снаряжения для туризма, альпинизма, активного отдыха в слове «*СНАРЯЖЕНИЕ*» вместо буквы «А» изображена палатка, над ней облака. В названном примере репрезентован как бы целый сюжет: рисунок палатки, облаков над ней как символ отдыха.

Чаще всего в графических сравнениях рисунок предмета и буква, которую он заменяет, подобны именно по форме. *ЗВЕРОВОЙ. Оружейный салон*. Первая в слове графема «О» изображена в форме мишени. *ЕВРОИНТИМ. Магазин для взрослых*. Вместо буквы «О» в названии обозначены знаки ♀♂, как бы накладывающиеся друг на друга, при этом визуально они не только воспринимаются как символы, заменяющие графему и одновременно обозначающие мужское и женское начало, но и как два лежащих рядом кольца, что в свою очередь, является символом некоего союза двух людей.

Языковой материал показывает, что механизмы графической метафоризации и графического сравнения в целом сходны, что обуславливает необходимость их дальнейшего детального изучения.

Лексико-семантические классификации глаголов группы говорение (на материале испанского языка)

Л.Г. Денисенко, Е.О. Самойлова

*г. Пятигорск, Пятигорский государственный
лингвистический университет*

Суммировав результаты исследований различных испанских лингвистов, изучавших эволюционирование глаголов говорения с 12 по 20 век, можно выделить 9 промежутков времени (с 12 века и до наших дней). Архисемемой полученного лексико-семантического поля является «*emitir palabras*», а архилексемой – «*hablar*», хотя по частотности употребления в речи на первое место выходит другая архилексема «*decir*». Таким образом, эти два глагола составляют ядро ЛСП говорения.

Так как вместе с общим семантическим признаком всей группы (выражающей процесс речи) каждый отдельный глагол указывает и на соответствующую

ший речевой акт, мы выделили отдельную подгруппу ЛЕ, семантика которых сочетается в речи оценочность, причины, истинность и т. д. В связи с этим, мы получили три большие группы, обозначающие:

- а. непосредственно процесс говорения: «*hablar*», «*decir*» и т.д.
- б. процесс речи, характеризующийся в зависимости от задач коммуникации: «*preguntar*», «*responder*», «*anunciar*»
- в. процесс речи, связанный с другими сторонами жизни и деятельности человека: «*agregar*», «*interrumpir*», «*interesars*» и т.д.

При этом, последняя группа является настолько объемной, что ее можно разделить на 5 подгрупп:

1. Оценочные глаголы: глагол-доминанта «*enjuiciar*».
2. Глаголы волеизъявления: глагол-доминанта «*ordenar*».
3. Глаголы-обещания: глагол-доминанта «*prometer*».
4. Глаголы, обозначающие тип поведения: глагол-доминанта «*protestar*».
5. Пояснительные глаголы: глагол-доминанта «*observar*».

Результаты проведенного анализа показали, что подобное деление почти полностью совпадает с распределением глаголов говорения по частотности их употребления.

Для наиболее полного исследования выбранной тематики мы учитывали взаимосвязь между лексико-грамматической сочетаемостью глагола и его лексическим значением и пришли к выводу, что при функционировании в речи значение глагола может не только уменьшить или усилить значение одной из сем, важных для ситуации общения, реализовать различные системные ассоциативные признаки, но также приобрести случайные или временные речевые семантические признаки из-за взаимодействия значений в тексте. Выполненное исследование позволяет прийти к следующим выводам:

1. синтаксическая конструкция вне контекста не является смыслоразличающим фактором;
2. роль смыслоразличающего фактора при определении значений глаголов говорения играет синтаксическая конструкция в сочетании с указательной силой синтаксических индикаторов.

Таким образом, следует отметить, что глаголы говорения могут сочетать функциональное и лексическое назначение, в том числе в синтаксических конструкциях.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Арутюнова, Н.Д.* Стратегия и тактика речевого поведения. // Прагматические аспекты изучения предложения и текста / Н.Д. Арутюнова. – Киев: 1984. – 78 с.
2. *Escobedo, A.* Estructura funcional del campo 'hablar' en español // Antonio Escobedo Rodríguez, Revista española de lingüística, ISSN 0210-1874, Año nº 10, Fasc. 1. 1980, 113-134 pp.
3. *Lorences, T.F.* Hablar y decir: la especialización temática de los verbos de lengua en español // Teresa Lorences. – Universidad de Oviedo, 2010.

Политический дискурс сегодня: к проблеме многоаспектного системного лингвистического исследования¹

Е.В. Кобец

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Многоаспектное системное лингвистическое исследование политического дискурса, а именно в выявление и описание коммуникативно-прагматических (речезыковых) особенностей поведения политика сквозь призму характеристик его личности, то есть в двух аспектах лингвоперсонологии, открывает перспективы модернизации существующих и создания новых методик обучения эффективной речи в разных коммуникативных областях. В частности, методики выявления уровня речевой прагматики текстов разной стилистической принадлежности [1] и предложенной нами методики репрезентации схемы эффективного коммуникативного выбора [2].

Проведенное нами исследование уровня прагматики политического дискурса показало, что, исходя из главного тезиса лингвоперсонологии о наличии взаимокорреляции между типами личности и ее языковыми характеристиками, дискурсивная личность политического деятеля меняет свои коммуникативные характеристики в зависимости от особенностей коммуникативной ситуации, целей общения, его задач. В соотнесенности с той ролью, которую играет политик в той или иной речевой ситуации, он выбирает ту или иную стратегию поведения, данная стратегия обуславливает выбор коммуни-

¹ НИР выполняется в рамках государственного задания Минобрнауки России по теме «Проблемы и особенности межкультурной коммуникации в поликультурной среде» (№ 12-01-10)

кативных тактик, а те, в свою очередь, – выбор системы изобразительно-выразительных средств языка (элокутивов), способствующих усилению воздействия речи на собеседника.

Многоаспектное системное лингвистическое исследование любого типа дискурса, в том числе – политического, предполагает решение целого ряда задач, в частности: рассмотрение конкретной дискурсивной языковой личности (ЯЛ) в динамике исторических изменений как объекта лингвоперсоналогии в двух аспектах: от человека к тексту и, наоборот, от текста к особенностям ЯЛ субъекта; установление зависимости выбора коммуникативных стратегий и тактик для эффективного дискурсивного общения от типа его ЯЛ в соотнесенности с темпераментом и учетом тенденции «новых языковых процессов» – либерализации, варваризации и др; выявление и описание закономерностей выбора тем или иным типом дискурсивной ЯЛ средств языкового воздействия (системы элокутивов – тропов и фигур речи) в зависимости от избранных ею коммуникативных стратегий и тактик и др., см. о них: [2]. Решая проблему многоаспектного системного изучения дискурса регионально-го политика, мы заявили *схему эффективного коммуникативного выбора* [1], которая требует дальнейших разработок для реализации методики обучения воздействующей речи.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Кобец Е. В.* Коммуникативно-прагматическая специфика политического дискурса (на материале речей А. И. Лебедея): автореф. ... дис. канд. филол. наук – Абакан, 2012, – 26 с.
2. *Грищева Е.С., Кобец Е.В., Пекарская И.В., Шномер Е.А.* Современный политический дискурс в контексте коммуникативной и языковой прагматики: монография и системный словарь-справочник «Язык политика». – Абакан: Издательство ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», 2012. – 284 с.

Репрезентация концепта «Язык» в русской и английской языковых картинах мира (на материале фразеологического фонда)¹

О.В. Корнеева, А.С. Корнеева

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Концепт «Язык» (Я.) является ядерным концептом любой языковой картины мира (ЯКМ). Многослойность концепта «Я.» была заявлена и рассмотрена на уровне анализа паремиологической сферы русского языка И.В. Пекарской [1]. Целью настоящей публикации стала сравнительная характеристика функциональной амбивалентности названного концепта в русской (РЯКМ) и английской (АЯКМ) языковых картинах мира, выявленная через анализ фразеологического фонда данных языков и характеризующая культурологическую специфику русской и английской ЯКМ в их соотнесенности.

Концепт «Язык», вслед за И.В. Пекарской, рассматривается нами как многослойный концепт, формирующий общую коммуникативную макроконцептосферу, состоящую из оппозитивных микрополей «Я.-добро (+)» – «Я.-зло (–)», которые имеют диффузную зону – «ни добро/ни зло» или «и добро/и зло» – по ситуации [1, с. 107]. В рамках исследования нами проанализированы три наиболее значимых фразеологических словаря русского языка [Кузьмин 2001; Тихонов 2004; Молотков 1986], которые дали 260 единиц для анализа, и три словаря, представляющих английскую фразеологию [Кунин 2005; Ричард А. Спирс 1991, The universiti of Birmingham 1997], в них найдено лишь 120 ФЕ, посвященных языку. Данный факт свидетельствует о том, что для РЯКМ «Я.» имеет большую семантическую значимость. Итоги исследования таковы: 1. Концепт «Я.» демонстрирует свою амбивалентность и в русском, и в английском языке, поскольку определяется народным сознанием и как отрицательное, и как положительное явление. 2. В РЯКМ микрополя «Я.-добро» и «Я.-зло» имеют диффузную зону (*Эзопов, тайный, природный язык*), которая свидетельствует о том, что «Я.» может восприниматься в зависимости от ситуации и как «+», и как «–» факт в поведении человека (14% ФЕ), а в АЯКМ такой зоны нет. 3. Микрополе «Я.-зло» гораздо шире представлено в русском языке (65% ФЕ), чем в английском (37%), а микрополе

¹НИР выполняется в рамках государственного задания Минобрнауки России по теме «Проблемы и особенности межкультурной коммуникации в поликультурной среде» (№ 12-01-10)

«Я.-добро» имеет большую площадь в английском (63%) по сравнению с русским (21%). Таким образом, специфичность концепта «Язык» заключается в отражении национального образа мира. Наиболее яркие негативные характеристики «Я.» в РЯКМ – болтливость, пустословие. По словам Н.Н. Семененко, для русской народности свойственна душевная открытость, простота, доверчивость и общительность, потому, вероятно, русских людей принято считать наиболее болтливыми, навязчивыми, многословными [2, с. 25]. Англичане являются консервативной нацией во всем, включая сферу общения, они немногословны и менее эмоциональны.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Пекарская И.В.* Концептосфера «Язык» в РЯКМ: опыт системного описания (паремиологическая сфера как отражение ментальности и стиля жизни общества) // Язык, культура, коммуникация: научно-методический бюллетень. – Абакан: Изд-во ГОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», 2009. С. 104–116.
2. *Семененко Н.Н.* Осмысление ценностных репрезентаций в паремической картине мира как фактор культурной компетентности // Диалог культур – культура диалога: Материалы междунар. науч.-практич. конф. 1-5 сентября 2009 г. – Кострома, 2009. С. 287-290.

Особенности функционирования тропов в художественных и публицистических текстах на уровне контаминации и конвергенции

С.В. Лопаткина

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

В работе представлена системная функциональная характеристика тропов на уровне контаминированных и конвергируемых образований.

Стилистическая функция определяется (вслед за Г. А. Копниной) как назначение, роль особым образом организованных средств языка, обладающих стилистическим значением, в реализации конкретного стилистического задания в речи (тексте) [Копнина, 2001, с. 158].

Экспрессивная функция (способность тропов с различной интенсивностью воздействовать на адресата, усиливать прагматический потенциал речи) имеет общие типизированные функции – изобразительную (способность речи создавать конкретное представление) и выразительную (способность речи удерживать внимание собеседника на всем ее протяжении за счет использования в ней изобразительно-выразительных средств, которые создают представление, образ).

Частные типизированные функции общей типизированной функции изобразительности: образная, эмоциональная, характерологическая (речевая характеристика героя: психологическая, интеллектуальная, физиологическая, характеристика внешности героя и характеристика ситуации, обстановки, в которой осуществляется коммуникация), выделительная функция (акцентирующая; функция конкретизации (уточнения) изображаемого; функция логического выделения предмета из ряда подобных), стимулирующая функция.

Среди частных типизированных функций общей выразительной функции выделяем: композиционную, стимулирующую, оценочную функцию (выражает позитивно-оценочное, негативно-оценочное отношение объекта к обозначаемому; может сопровождать и изобразительную, и выразительную функции).

Проанализированный фактический материал позволяет констатировать следующее. И в художественном, и в публицистическом функциональных стилях используется одна и та же система тропеических средств и способов их взаимодействия. Однако, в зависимости от подчинения тропов определенной цели, задаче одни и те же виды взаимодействия тропов в художественном и газетном текстах получают разную функциональную направленность, реализуют разные стилистические задания.

И для контаминации, и для конвергенции тропеических фигур в художественном стиле наиболее характерны изобразительная функция (общая типизированная функция) в ее частных проявлениях: характерологической и выделительной функциях.

Взаимодействующие тропы в газетных текстах участвуют в выполнении общих для них эмоциональной, выделительной, стимулирующей, характерологической функций.

Исследуемый материал показывает, что функция создания образа в публицистических текстах, в отличие от художественных текстов, является вто-

ричной, что позволяет говорить о разном назначении указанных функциональных стилей. Общей закономерностью, проявляющейся и в художественном, и в публицистическом стиле является следующее. Контаминация тропов – наложение тропов друг на друга – укрупняет образ, усиливает эмоциональность в целом. Конвергенция тропов – взаимное следование тропов друг за другом – выделяет каждый из своих компонентов, тем самым, удерживая внимание адресата речи на протяжении всего высказывания.

Для конвергенции характерен разнообразный список функций, т.к. в конвергенцию могут вступать и тропы и тропы-контаминанты, поэтому в художественных и газетных текстах частотны случаи выполнения конвергенцией тропеических фигур несколько функций одновременно.

Коннотативно-оценочная специфика восприятия собственности в паремиях русского языка

К.С. Миронова

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Корпус паремий русского языка, объективирующих концепт «собственность», достаточно полно отражает специфику оценочных предпочтений, норм и стереотипов поведения, связанных с исследуемым концептом.

Анализ оценочной структуры паремий русского языка показывает, что объектами оценки могут выступать следующие характеристики: наличие или отсутствие собственности, ее размер, личные качества человека, обладающего собственностью или не имеющего ее, действия, ведущие к увеличению или уменьшению собственности, способы приобретения и формы (деньги, дом, средства питания).

Следует обратить внимание, что объектами положительной оценки выступают бережливость, одобрение увеличения размера собственности: «*копейка рубль бережет; грош к грошу - оно и капитал*»; оплата долга: «*долг платежом красен*»; источник собственности - личный труд: «*кто рано встает, тому Бог подает*»; умение бедного человека найти выход из трудного положения: «*голь на выдумки хитра; нужда всему научит*».

Важно отметить, что в паремиях русского языка одобряется гостеприимство: «*хоть не богат да гостям рад*»; умение вести хозяйство: «*добрая*

жена дом сбережет, а худая рукавом растрясет»; доверие судьбе и Богу: *«Бог даст день, даст и пищу»*; стремление к порядку: *«подальше положишь, поближе возьмешь»*; удовлетворение небольшим размером собственности: *«курочка по зернышку клюет, да сыта бывает»*.

Необходимо подчеркнуть наличие большого количества паремий, посвященных описанию изобретательности, смекалки, трудолюбия человека, испытывающего материальные затруднения. В данных случаях нужда положительно оценивается как состояние, пробуждающее в человеке его лучшие качества - ум, целеустремленность, настойчивость, готовность к выполнению любой работы: *«беды мучат, да уму учат; нужда всему научит; нужда научит и калачи есть»*.

В паремиях русского языка отрицательно оценивается получение собственности в долг, которое обычно сопровождается беспокойством и заботами, связанными с необходимостью его возврата: *«долг есть тягостное бремя – отнимает сон и время»*; чрезмерная бережливость, скупость: *«скупой богач беднее нищего»*; способ приобретения собственности, нарушающий принятые в обществе нормы: *«от трудов праведных не наживешь палат каменных»*; отсутствие возмещения при переходе собственности: *«спасибо в карман не положишь»*; нежелание богатых понять нужды бедных и помочь им: *«сытый голодного не разумеет»*; зависть, желание приобрести чужую собственность: *«в чужих руках ломоть велик»*; щедрость за чужой счет: *«чужими руками жар загребать»*; жизнь не по средствам, не соответствующая доходам: *«на брюхе-то шелк, а в брюхе-то щелк»*.

Рассмотренный и проанализированный языковой материал показывает, что с аксиологической точки зрения концепт «собственность» является амбивалентным: собственность характеризуется и как благо, и как зло.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Дубровин М.И.* Английские и русские пословицы и поговорки в иллюстрациях. – М.: Просвещение, 1995. – 349 с.
2. *Жигулев А.М.* Русские народные пословицы и поговорки. – М.: Московский рабочий, 1965. – 360 с.
3. *Круглов Ю.Г.* Русские народные загадки, пословицы, поговорки. – М.: Просвещение, 1990. – 335 с.

Теория элокуции сегодня: новые аспекты и перспективы развития ¹

И.В. Пекарская

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Риторика как наука и искусство воздействующей коммуникации в разные времена переживала и взлеты, и падения. Риторическим ренессансом считается конец 80-х – начало 90-х годов XX века, когда в очередной раз общество осознало тот факт, что хорошей (воздействующей) речи надо учить.

Систематизируя имеющееся риторическое наследие, мы предложили в соотнесенности с теми изменениями, которые происходили в то время в языке, говорить не о теории фигур в рамках «элокутивной риторики», а о теории элокуции, тем самым расширяя границы данной науки, фиксируя в этой теории не только орнаментальные (тропы и фигуры речи), но и неорнаментальные элокутивы – экспрессивы разных уровней языка (формальные, семантические, формально-семантические). Кроме того, систематизировав достижения теории элокуции на тот момент, наметили пути дальнейшего научного поиска в этой области риторики [1–3].

Начало XXI века, которое, на наш взгляд, можно назвать «вторым ренессансом» риторики, заставляет дополнить перечень восьми отмеченных нами направлений развития теории элокуции [3], в рамках которых за двадцать лет сделано немало: систематизированы элокутивные понятия, начаты принципиальное полевое описание элокутивов и систематизация самих принципов построения как изобразительных (тропы, фигуры речи, контаминированные образования, другие экспрессивы), так и выразительных средств (конвергенция элокутивов, в том числе орнаментальных), начата характеристика микро-, мидиополей тропов и фигур речи с целью фиксации элокутивного макрополя. Принциповая модель языковой (речевой) прагматики применена к полемому описанию поликультурного пространства отдельного региона. Не утратило своей актуальности направление, связанное с детальным изучением такого раздела Античного канона, как «*тетоγία*» – профессиональная память – с акцентом на системном развитии речевой оперативной памяти. Кроме того, в настоящее время целесообразно было бы в рамках разработки теории элоку-

¹НИР выполняется в рамках государственного задания Минобрнауки России по теме «Проблемы и особенности межкультурной коммуникации в поликультурной среде» (№ 12-01-10)

ции остановиться на изучении: 1) коммуникативных стратегий и тактик, 2) типов языковой личности, темперамента, 3) коммуникативных категорий (законов, максим, правил, приемов и др.).

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Пекарская И. В.* Теория фигур на современном этапе: актуальная проблематика и перспективы изучения // Актуальные проблемы изучения языка и литературы на рубеже веков. Материалы Всероссийской конференции, 25–27 сентября 2001 г. Выпуск II. – Абакан: Изд-во ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», 2011. – 292 с.
2. *Пекарская И. В.* Современная теория элокуции: достижения и перспективы // Актуальные проблемы изучения языка и литературы: толерантность и интеграция. Материалы IV Всероссийской конференции, 24–26 ноября 2004 г. Выпуск II. – Абакан: Издательство ХГУ им. Н.Ф. Катанова, 2004. – С. 376–379.
3. *Пекарская И. В.* Теория фигур и теория элокуции (ретроспективный очерк) // Риторика и культура речи в современном обществе и образовании: сборник материалов X Международной конференции по риторике. Выпуск 2. – М., Гос.ИРЯ им. А.С.Пушкина, 2006. С. 110–114 .

Творческий алгоритм как разновидность алгоритмизации орфограмм при изучении русского языка как иностранного

Е.Г. Попова

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Алгоритм является фундаментальной категорией математики и рассматривается как нечто неопределяемое, поэтому единой дефиниции алгоритма не существует. Есть только разные подходы к описанию этого понятия в зависимости от той области знаний, где он применяется.

В методике обучения русскому языку, и в частности орфограммам, под алгоритмом понимается схема овладения правилом в несколько эта-

пов, по которой легко восстанавливается формулировка правила через вычленение его особенностей. В. П. Беспалько выделяет следующие свойства алгоритма в педагогике: 1) определенность; 2) массовость; 3) результативность; 4) дискретность [1].

Работа по алгоритмизации орфограмм особенно важна при обучении русскому языку как иностранному (РКИ) в связи со множеством трудностей, встречающихся при изучении русского языка.

На наш взгляд существуют алгоритмы, внешняя форма которых отличается от привычных схем. В нашей работе мы назовем такие алгоритмы *творческими*.

Примером творческого алгоритма-стиха может служить зарифмованное правило написания сочетания чу/щу в работе М. В. Печенкиной: Я в сочетании ЧУ-ЩУ/Всегда вставляю букву У,/Но исключения есть тут:/Жюри, брошюра, парашют [3].

Л. Б. Кислова предлагает следующий алгоритм написания рифмованных неизносимых согласных:

- | | |
|---|---|
| 1)Костный, частный, честный, устный,
Свистнул, лестница, капустный,
Грустный, доблестный, ненастный,
Вестник, яростный и властный,
Звездный, радостный и местный,
Праздник, поздний и известный,
Сердце, чувство, крепостной,
Здравствуй, солнце, областной. | 1)Безопасный и прекрасный,
Безобразный и ужасный,
Пресный, парусный, чудесный,
Вкусный, тесный, интересный,
И напрасный, и любезный,
И алмазный, и железный,
И согласный, и серьезный,
И небесный, и колхозный [2] |
|---|---|

Использование творческих алгоритмов является эффективным, благодаря легкому запоминанию и воспроизведению материала. Однако встречаются стихи и рифмовки, которые не «укорачивают путь» к правилу, а «удлиняют» его. Например, стих: Мощный каменщик зимой/Нянчил дочку в час ночной./ – Спи, дочурочка, усни,/Мягкий знак тут не пиши [3].

Мы считаем, что данное направление в методике обучения русскому языку как иностранному является эффективным и нуждается в дальнейшей разработке.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Беспалько, В. П.* Педагогика и прогрессивные технологии обучения [Текст] / В. П. Беспалько. – М.: Педагогика, 1989.
2. *Кислова, Л. Б.* Правила в стихах. Дидактический материал 1-4 кл. / Л. Б. Кислова. Режим доступа: http://metodisty.ru/m/files/view/pravila_v_stihah
3. *Печенкина, М. В.* Орфография в рифмовках / М. В. Печенкина. Режим доступа: <http://www.uchmet.ru/library/material/148298/>

Современные тенденции развития диалектной стилистики

В.К. Приходько

*г. Хабаровск, Дальневосточный государственный
гуманитарный университет*

Взгляд на язык через призму социальных и культурных закономерностей развития, характерный для последних десятилетий, привел к формированию и развитию новых отраслей языкознания – этностилистики и эмотиологии, которые содержат в своей основе описание и анализ средств и способов выражения эмоций в речи. Этностилистика и эмотиология напрямую соотносятся с диалектной стилистикой, которая изучает коннотативность диалектных слов, рассматривает как языковую картину мира диалектоносителя, так и «эмоциональную картину мира» [1].

Несмотря на то, что эмоции носят универсальный характер, их проявления и значения уникальны. Различные способы выражения эмоций являются характеристикой национального характера, проявлением менталитета, этнической культуры. То же самое можно сказать о когнитивной способности каждого народа создавать неповторимые концепты, образы, символы.

В XIX веке при определяющей роли государства осуществлялось активное заселение Дальнего Востока. В результате освоения Приамурья было создано амурское казачество, охранявшее границы с Китаем по всей протяженности Верхнего и Среднего Амура [2, с. 8].

В русских говорах Приамурья, имеющих севернорусскую основу, наряду с большим количеством бытовой, промысловой (охота, рыбалка), сельскохозяйственной лексики присутствует в большом количестве малоизученная диалектная лексика с коннотативным (эмоционально-оценочным, экспрес-

сивным) значением. Такая лексика показывает характер населения Дальнего Востока, раскрывает его неповторимые психологические черты, душевные качества. Наиболее часто осуждается в людях гордыня (*задрать норки*) [3, 142], лень (*лоском лежать*) [3, с. 221], злость (*кошки в дыбошки*) [3, с. 201], болтливость (*ботало, плешница*) [3, с. 40, 317], неряшливость (*неряшиха, утымалка*) [3, с. 269, 459], глупость (*голова два уха*) [3, с. 88], распутность (*наземница*) [3, с. 256].

Несмотря на всевозможные жизненные трудности, мышление дальневосточников отличается образностью, метафоричностью. Слова и фразеологизмы, характеризующие окружающую природу, обладают необычайной выразительностью, порой даже поэтичностью. Ср.: *божья душа* – радуга [3, с. 37]; *сироты плачут* – о дожде [3, с. 396]; *солнце (месяц) в рукавице* – солнце (месяц) в тумане [3, с. 240, 409], *белые горы (горючие горы)* – дальневосточные горы, находящиеся в дыму от древесного угля [3, с. 93]. Подобно тому, как в словах выделяется однозначность и многозначность (метафоризация), в эмоционально-оценочном слове можно выделить моноэмоциональность и полиэмоциональность.

Таким образом, современные тенденции развития диалектной стилистики видятся в изучении эмоционально-экспрессивной лексики, отражающей эмоциональную языковую картину мира диалектной личности, а также диалектной метафорики, создающей когнитивную языковую картину мира.

ЛИТЕРАТУРА :

1. Шаховский В. И. http://tverlingua.ru/archive/012/shakhovsky_03_12.htm
2. Абеленцев В. Н. Амурское казачество. XIX–XX вв.: сборник статей и публикаций. – Благовещенск: Амурский обл. краеведческий музей им. Г. С. Новикова-Даурского, 2005. – 304 с.
3. Словарь русских говоров Приамурья / авт.-сост. О. Ю. Галуза, Ф. П. Иванова, Л. В. Кирпикова, Л. Ф. Пуяткина, Н. П. Шенкевец. – Благовещенск, 2007. – 544 с.

Манко Капак и Мама Оклье. Образы героев в мифах и легендах (на материале мифов и легенд стран Андского региона)

Е.О. Самойлова

г. Пятигорск, Пятигорский государственный
лингвистический университет

Религиозные представления индейцев очень сложны и разносторонни. В них описывается создание земли, и происхождение человека, животных и растений, рассказываются истории о солнце, луне и других богах, о подземных мирах и о пребывании душ в чертогах предков. Боги считались у индейцев творцами мироздания, создателями всего живого на земле.

Мифы древних инков впоследствии стали историческими легендами, так как в них переплетались деяния богов, мифических существ и реальных правителей. Правители инки использовали и предания покоренных ими племен для укрепления своей власти, выводя свой род от мифических предков. К одной из таких легенд относится цикл мифологического нарратива об мифологического нарратива повествующего о деяниях *Манко Кáпака (Manco Cápac)* – основателя государства Инков, и его сестре *Маме Оклье (Mama Ocllo)*. Такой мифологический нарратив обладает рядом особенностей, среди которых стоит отметить сочетание реальных исторических фактов и событий, которые дополняются магическими, волшебными элементами. Свое имя Манко Кáпак получил только когда взшел на престол. До этого сына бога солнца называли Айяр Манко (Ayar Manco): « *Al subir al trono, Ayar Manco tomó el nombre de Manco Cápac y llamó a aquel imperio, Tahuantinsuyo y ese país llegó a ser tan grande, tan rico y poderoso, que no ha vuelto a existir en el mundo otro reino igual*» [1]. По легенде «*Los Ocho Hermanos*» Манко Кáпака и Мама Оклье были детьми Солнца (Инти) и Луны (Мама Килья), и имели также шесть братьев и сестер. Несмотря на то, что в мифе упоминаются братья и сестра, в дальнейшем рассказывается только о старших потомках бога Солнца: Манко Кáпаке и Маме Оклье, которые и основали государство инков. Самого Манко Кáпака в мифах называют по-разному, но чаще всего встречаются следующие обращения: *el valiente Manco; ¡Oh príncipe Manco!*, что свидетельствует о почитании и уважении этого героя, индейцами. Храбрость Манко Кáпака раскрывается и в его поступках, он выступает как отважный воин, который защищает своих сестер от любой напасти. Так

он говорит им: «*Yo las protegeré. Confíen en mí, repuso él*». Помимо стойкости, храбрости и отваги, Манко Кáпак и Мама Оклье владеют магическими силами, такими как способность ходить по воде. В христианской традиции, сходными способностями был наделен Иисус Христос, который прошел по воде к своим ученикам. В инкской мифологии первый правители прошли по воде озера Титикака, ища место, где они могли бы основать свою империю: «*Entonces empezaron a andar sobre las aguas, lo mismo que si caminasen sobre tierra firme y pronto llegaron a la orilla*» [1].

Проанализировав образы Манко Кáпака и Мамы Оклье, можно отметить что, образ Манко Кáпака являет собой образ первого инки, основателя государства, храброго и отважного воина который защищал своих братьев и сестер, а так же мудрого правителя. Образ Мамы Оклье, в свою очередь являет собой идеал сестры, и жены, которая заботиться о своем муже и брате, поддерживает его, а так же она является образом первой правительницы и просветителя простого населения.

ЛИТЕРАТУРА :

1. Los ocho hermanos. Herrera E.G. Leyendas y fabulas peruanas / Lima, 1963. P. 27.

Эскапизм в феномене компьютерных игр

Е.О. Самойлова

*г. Пятигорск, Пятигорский государственный
лингвистический университет*

В начале XXI века, в период наибольшего развития процесса глобализации, вопрос об идентичности личности стоит достаточно остро. Сейчас как никогда становится актуален извечный философский вопрос: «Кто я?», который является центральным в размышлениях о феномене идентификации. Суть данного явления состоит в отождествление двух объектов, сравнение их субъектом с идеальными.

Говоря о компьютерных играх в целом, и в частности об оналайн играх как о современной тенденции, можно отнести их к такому феномену иден-

тичности как эскапизм (от англ. *escape*), т.е. бегство человека от рутины реальной жизни в мир фантазии, мечтаний, грез и иллюзий, путем идентификации себя со вторичным «Я» -образом.

Эскапизм – это бегство от рутины, чаще всего он представляет собой именно деятельность, созидательную активность. Эскапистская деятельность такого типа всегда характеризуется формированием новых Я-образов. Эскапизм дает возможность самореализации тем, кто чувствует ее недостаток в повседневной жизни. Компьютерные игры – это одна из форм эскапистских практик, действенная сторона эскапизма. Чаще всего недостаток «Я» - образов, реализуется посредством создания своего собственного персонажа (осуществляя тем самым полет фантазии) или выбор уже существующего героя.

Эскапизм позволяет жить не дважды и не трижды, а бесконечное множество раз. Благодаря этой особенности, эскапизм позволяет человеку пережить за определенный промежуток времени много больше, чем это представляется возможным. Это становится возможным благодаря стремлению человека к иконическому сходству с выбранным персонажем, и к контакту с вымышленным миром.

В зависимости от компьютерной игры, человек может примерить на себя любой понравившейся ему образ из любой эпохи современного мира или вымышленного. В онлайн играх, или в играх жанра RPG (от англ. *Role-Playing Game*) возможно создать своего собственного персонажа основываясь лишь на своем воображении и на представлениях о вымышленном мире. Именно тут ярче всего протекает момент идентификации, когда человек создает свою собственную реальность, своего героя, что зачастую ведет к конфликтному, «искривленному» восприятию реальной действительности.

Идентичность в компьютерных играх может проявляться на двух уровнях: индивидуальном и коллективном. Индивидуальная идентичность - соотношение одного конкретного человека с компьютерным героем, и его дальнейшая самоидентификация, и заимствование определенных черт у вымышленного героя. Например, в игре «Tomb Raider» возможно играть только за главную героиню, т.е. человек изначально будет соотносить себя с ней, не имея возможности играть за остальных героев. Феномен коллективной идентичности, более интересен, так как является социальным феноменом, и влияет на восприятие бытия современным обществом. Коллективная идентич-

ность, а в частности процесс эскапизма ярче всего проявляется в онлайн играх, где игроки сами выбирают себя персонажей, и взаимодействуют друг с другом по средствам компьютерных технологий.

Обобщая все вышесказанное можно сделать вывод, компьютерные игры могут считаться проявлением феномена эскапизма. Данный феномен является точкой соприкосновения двух миров: реального и идеального, что влечет за собой формирование не только индивидуальной идентичности, но и коллективной.

Корпоративный PR в Интернете

О.Н. Смеюха

г. Краснодар, Кубанский государственный университет

Развитие PR в Интернете выявило ряд преимуществ, формируемых спецификой глобального сетевого пространства: широкий охват потенциальной аудитории, возможность реализации индивидуальных форм общения с клиентами и сотрудниками компании, активизация процесса информационного обмена и др. «В PR важно не просто создать информацию, а создать ее с учетом потребностей аудитории, сделать ее востребованной, ожидаемой обществом» [1]. Интернет-среда, технологии сетевых ресурсов обеспечивают как распространение информации от ее автора, коммуникатора, к аудитории, коммуниканту, так и изучение, выявление их интересов, характеристик.

По данным исследования ФОМ, в 2010 г. месячная аудитория отечественных интернет-пользователей старше 18 лет достигла 50 млн. человек, 31 % российских граждан является активным пользователем – выходит в Интернет ежедневно [2]. Эффективность развития бизнеса с привлечением ресурсов Интернета подтверждают статистические данные, так, в 2011 г. среди средств распространения рекламы Интернет занял третье место, а по объемам прироста стал абсолютным лидером - 57 % (для сравнения: у телевидения данный показатель составил 25 %, у печатных СМИ – 7 %) [3]. Таким образом, использование организациями ресурсов Интернета является оправданным и мотивированным.

На современном этапе взаимодействие PR с интернет-пространством позволяет развивать следующий комплекс коммуникационных сервисов и пред-

приятий: открытие сайта, рассылку новостей через сетевые ресурсы и СМИ, проведение интервью и конференций, интернет-трансляций и др.

Имидж, конструируемый и моделируемый посредством интернет-коммуникаций, способствует реализации следующих задач: повышает конкурентоспособность коммерческой организации на рынке, привлекает потребителей, партнеров, ускоряет продажи и увеличивает их объем, упрощает доступ организации к ресурсам (финансовым, информационным, человеческим, материальным).

Несмотря на явные преимущества осуществления PR-деятельности в Интернете, функционирование отечественных корпоративных сайтов не характеризуется высоким качеством. Часто компании ограничиваются лишь представлением деятельности организации, не используют полностью преимущества интернет-среды: не обновляют регулярно информацию на сайте, не размещают материалы, которые соответствовали бы интересам аудитории ресурса, не поддерживают с посетителями сайта интерактивное общение. Пренебрежение дополнительными информационными ресурсами сказывается на эффективности деятельности компании и ее имидже.

Таким образом, можно заключить, что на современном этапе благодаря активизации интернет-среды увеличился перечень ресурсов, позволяющих эффективно и оперативно взаимодействовать с аудиторией. Однако отечественные корпоративные структуры не в полном объеме используют возможности интернет-сайтов, что можно объяснить следующими причинами: недостаточным финансированием интернет-проектов, отсутствием профессиональных сотрудников, разрабатывающих сайт и отвечающих за его наполнение.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Кравченко Н.П.* Использование PR-технологий в работе пресс-служб. Методическое пособие для работников пресс-служб. В. 21. Краснодар, 2011. С. 5.
2. Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. М., 2011.
3. Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отчет. М., 2011.

4. Казакова Е. Эффективность корпоративных изданий в период экономической турбулентности // Новый маркетинг. [Электронный ресурс] URL: <http://marketing.web-standart.net/node/49891>. Время обращения: 15.04.2013.
5. Лучшие корпоративные сайты'2010. Рейтинг Financial Times, Bowen Craggs & Co // Actual web. [Электронный ресурс] URL: <http://actualweb.ru/2010/04/>. Время обращения: 15.04.2013.

Формирование имиджа региона в медийном пространстве

В.В. Смеюха

г. Краснодар, Кубанский государственный университет

Вследствие активизации общественно-политических, экономических, социальных сфер общества обозначилась актуальность процесса формирования имиджа российских регионов [1]. Одним из эффективных инструментариев создания, корректирования, регулирования и продвижения имиджевых концепций территорий являются медийные ресурсы, оказывающие первостепенное значение на ментально-поведенческие характеристики жителей регионов – потребителей медийной продукции. Необходимо отметить, что в связи с усилением деятельности информационно-коммуникативных технологий и трансформацией медийного пространства расширились возможности формирования имиджа в информационной среде. На сегодняшний день медийное пространство объединяет средства массовых коммуникаций, действующие на традиционных (газеты, журналы, книги, буклеты и др.), новых (радио, телевидение, кино и др.) и новейших медийных платформах (интернет-ресурсы, спутниковое, цифровое телевидение и др.). Все обозначенные типы СМК принимают активное участие в репрезентации политических, экономических, социальных, культурных аспектов деятельности региона, однако не все они в равной степени могут оказывать положительное влияние на формирование медийного образа территории.

Медиаимидж региона образуется вследствие функционирования информационных потоков, в русле которых освещаются, анализируются различные аспекты территориального образования, при этом не все информационные потоки осуществляют деятельность в определенном стратегическом

направлении, и не все из них инициированы медиаспециалистами. В связи с расширением интернет-среды и усилением деятельности новых медиа (социальных сетей, блогов, форумов, сайтов) в роли организатора медийного ресурса и участника информационно-коммуникативного процесса может выступить любой интернет-пользователь, что, с одной стороны, демократизировало, упростило, ускорило функционирование медийных потоков, с другой – сделало их менее качественными. В сети Интернет распространились тематические группы, сообщества, посвященные как развитию города в целом (например, группы в «ВКонтакте»: «Краснодар», «Типичный Краснодар» и др.), так и отдельных сфер его деятельности (например, «Работа в Краснодаре», «Краснодар / Фотогалерея» и др.). Фрагментарность подачи информации, публикация ложных, субъективных сведений могут дестабилизировать уже сложившийся имидж региона. В связи с чем в качестве наиболее надежных и эффективных ресурсов реализации имиджевых региональных инфопотоков можно считать локальные СМИ, главным образом, учрежденные местными администрациями [2].

Таким образом, можно заключить, что имидж территории формируется как традиционными СМИ, так и новыми медиа. Учитывая популярность последних, региональные административные структуры в процессе продвижения имиджа региона должны использовать не только собственные издания, но и активно привлекать популярные медийные платформы: организовывать сайты, группы в социальных сетях, которые были бы направлены на популяризацию имиджа территорий среди массовой аудитории.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Морозова Т.А.* Медийная концепция имиджа города: теоретико-методологические основы исследования. – Краснодар, 2012. 177 с.
2. *Кравченко Н.П.* Государственный маркетинг в средствах массовой информации. – Краснодар, 2009. 80 с.

Метафоричность **как основа социально-конструктивного потенциала сказки**

И.А. Туркулец

*г. Хабаровск, Дальневосточный государственный
гуманитарный университет*

Сказка – это особый феномен мифопоэтического мировосприятия, изучение которого позволяет приблизиться к осмыслению того, как в человеческом сознании преобразовываются в различные смыслы жизненные ситуации, которые через метафору находят отражение в сказке.

Исследование культурного феномена сказки в условиях современной действительности, зачастую затрудняющей формирование у человека цельного мировоззрения, важно и актуально.

Дискурс сказки как специфического способа ценностного отражения мира с главенствующей идеей победы добра над злом во все времена был не только развлекательным, но и воспитательным феноменом общества.

В современном мире человек как воспринимающий читатель или создающий автор с помощью сказочных сюжетов пытается компенсировать этические и эстетические недостатки техногенной цивилизации, которая, в силу своей рассудочности, не может удовлетворить многие духовные потребности человека.

Несмотря на виртуальную природу вымышленного мира сказки, она является своеобразным способом ухода от повседневных забот, от проблем и стрессов, и в то же время представляет собой необходимую составляющую культурного пласта. Невозможно представить себе здоровое общество, в котором отсутствовал бы такой способ мировосприятия, со всем его вымыслом, условностью, преувеличением, метафоричностью и нравоучением.

Сказка содержит в себе огромный потенциал формирования богатого внутреннего духовного мира человека, и не случайно, что у всех народов сказка является неотъемлемой частью системы воспитания. В ней есть не только заряд эстетических ценностей (воспевание красоты, доблести, силы, смелости), но и мощный импульс морально-нравственных ориентаций на справедливость, милосердие, добро, взаимопомощь. Сталкивая два мира – мир добра и мир зла, – сказка в иносказательной, метафорической форме обосновывает

правильный нравственный выбор, утверждает уверенность в победе над злом, жадностью, обманом и несправедливостью.

В сказке реальность не только описывается через метафору, но и конструируется. Наши предки парадоксальным образом смогли вывести за рамки простой атрибутики волшебные явления и предметы, которые, при взгляде из сегодняшнего дня, престают не просто стилистическими приемами и сюжетными триггерами, но и невероятными по своей смелости мечтами о развитии научно-технического прогресса, об облегчении тяжелого крестьянского труда, ратного дела, путешествий на большие расстояния и т.д. Необходимо обладать очень смелым проективным воображением, если не мистическим даром предвидения, чтобы представить то, что через много сотен лет войдет в обиход людей: волшебный клубок – GPS-навигатор; серебряное блюдечко, по которому Иванушка катает наливное яблочко – компьютер с программой Skype и возможностью подключения к веб-камерам или видеоканалам со спутника; летучий корабль – космический корабль и т.д.

Таким образом, можно увидеть, что и с нравственной, и с бытовой стороны сказка тесно связана с современностью, поэтому необходимо всестороннее изучение сказки, расшифровка метафорически закодированных представлений наших предков, интерпретация сказочных сюжетов, продолжение реализации нравственных заветов.

Способы креолизации текстов в городских печатных СМИ Республики Хакасия

Г.А. Хрестолобова

г.Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова

Известно, что текст в журналистике понимается как особый продукт творчества журналиста, отражающий определенную объективную картину мира конкретного автора. В связи с этим, как верно замечает Н.С. Валгина, сообщение, заключенное в тексте, может быть представлено «вербально (словесный текст) или иконически, т.е. изобразительно (греч. *eikon*) - изображение)» [1:54]. Соответственно, журналистский текст, по мнению М.Б. Ворошиловой, представляет собой «сложное текстовое образование, в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структур-

ное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата» [2:187]. Подобное соединение иконической и словесной информации в единый информационно-прагматический ряд называется «креолизацией текста».

Термин «креолизованный текст» возник в 1990 году и принадлежит психолингвистам Ю. А. Сорокину и Е. Ф. Тарасову [3:180-181].

Н.С. Валгина предлагает различать тексты с частичной и полной креолизацией [1: 56]. В тексте с частичной креолизацией вербальная (словесная) часть и изображение выступают на равных правах, по мнению Д.П. Чигаева, в данном случае тексты создаются по следующим моделям: 1) *вербальный текст + изображение*: к исконному вербальному тексту добавляются изображения; 2) *изображение + вербальный текст*: к иллюстративно-визуальным элементам добавляются сопровождающие вербальные компоненты.

Текст с полной креолизацией — это слияние вербального и невербального компонентов, то есть *вербальный текст = изображение*: текст изначально создается как креолизованный, вербальные и иллюстративно-визуальные компоненты подбираются специально для взаимодействия друг с другом [4: 5].

Нами был проведен контент-анализ печатных материалов, описывающих культурные события в Республике Хакасия за 2011 год. Цель данного исследования – изучить способы креолизации текстов в печатных городских СМИ при освещении культурной тематики региона.

Следует отметить, что в рассмотренных журналистских текстах примеров полной креолизации обнаружено не было, на наш взгляд, это объясняется спецификой данного вида текстов, на которую указывает Е.А. Елина: «вербальный текст полностью зависит от изобразительного ряда, и само изображение выступает в качестве облигаторного (обязательного) элемента текста» [5: 245]. Все тексты являли собой пример частичной креолизации. Интересен тот факт, что текстов, построенных по модели «*вербальный текст + изображение*» в три раза больше, чем текстов, соответствующих модели «*изображение + вербальный текст*». Подобное соотношение иконического и словесного знаков закономерно, поскольку модель «*вербальный текст + изображение*» позволяет автору создать так называемый «эффект присутствия», уточняя и демонстрируя при этом детали, описываемые в вербальной части.

Таким образом, в настоящее время изображение в языке СМИ Республики Хакасия является не только средством привлечения внимания, но и особым, даже обязательным, информативным звеном журналистского текста, способствующим реализации интенций автора.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Валгина Н.С.* Теория текста – М.: Логос, 2004. – 224с.
2. *Ворошилова М. Б.* Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. Вып. 20. – Екатеринбург: УрГПУ, 2006. – с. 180-190
3. *Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – с. 180-181.
4. *Чигаев Д.П.* Способы креолизации современного рекламного текста: автореф.дис.кад.филол.наук 10.02.01 – М., 2010.
5. *Елина Е. А.* Семиотика рекламы [Текст] / Е.А, Елина. – М.: Дашков и К, 2010. – 136с.

Географические названия Сибири: к истокам номинации

Е.И. Целебровская

г. Абакан, Хакасский государственный университет

имени Н.Ф. Катанова

История изучения сибирской топонимики интересна для лингвистов, географов, ученых всего мира. Изучение региональной топонимии в различных аспектах началось в 70-80-е годы XX века.

У ряда названий до сих пор не выявлены этимологические корни и существенные характеристики топонимической номинации. Представляет интерес этимология топонима Сибирь (Себир), который впервые упоминается иранскими авторами в конце XII века, а в русских источниках появляется с начала монголо-татарского нашествия. Существует множество гипотез происхождения этого названия. В.Н. Татищев соотносит его с татарским сенбир «ты первый» (главный) [Татищев В.Н.: 1950, 27], З.А. Бояршинова и И.А. Воробьева связывают имя собственное Сибирь с названием группы древних

угров сипыр (севыр, сабир). М.А. Фасмер в своем «Этимологическом словаре русского языка» (2004) дает иранскую этимологию: от иранского (древнеперсидского) *asabara* «всадники, наездники». Флоринский В. Н. считает, что слово Сибирь состоит из двух компонентов: 1. Сиб (восточно-хантыйское *сыв* «ручей, река», «протока»); 2. Ир (общетюркское *йир* «земля»), что не противоречит также монгольскому *шибир* «сырая равнина, болото». На русской языковой почве финальный мягкий *р'* приобретает традиционное значение принадлежности и совокупности (ср.: Русь, Тюмень). По народной этимологии происходит оно по имени хана Сабира. Топоним Сибирь и другие географические названия, а также попытки их этимологизирования можно найти в трудах XVIII – XIX вв. Г.Ф. Миллера, П.С. Палласа, Н.Ф. Катанова и других. Также можно рассматривать слово Сибирь, как поэтическую интерпретацию «сэбэр» с созвучным вариантом «субур» - северная звезда [Советская Сибирская энциклопедия 1992: 890].

Особенно активно сибирская топонимика развивалась с середины XX века. В трудах о географических названиях Сибири представлена этимология топонимов, рассматриваются вопросы семантической, морфологической, фонетико-графической адаптации нерусских по происхождению названий и географических терминов; дан их структурный, словообразовательный анализ. В трудах по топонимике обсуждаются проблемы транслитерации и написания нерусских по происхождению названий.

В своей работе «Топонимика Сибири и Дальнего Востока» Анатолий Статейнов дает толкование отдельных топонимов данной территории, объясняет причины появления той или иной языковой группы, а также языковые изменения у различных народностей.

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Татищев В. Н.* Общее географическое описание Сибири// Избранные труды по географии России. – М., 1950.
2. *Бояринова З. Я.* О происхождении и значения слова «Сибирь»// Научные доклады высшей школы // Исторические науки. 1959. № 3.
3. *Воробьева И. А.* Топонимы аборигенов Западной Сибири в русских исторических документах // Происхождение аборигенов Сибири. – Томск, 1969.

4. М.А. Фасмер «Этимологический словарь русского языка». – М.: 2004, 860 с.
5. Флоринский В. Н. Заметка о происхождении слова «Сибирь». Томск, изв. Томского ун-та, кн. 1, отд. II, 1889.
6. Советская Сибирская энциклопедия. – М.: 1999.
7. Статейнов Анатолий «Топонимика Сибири и Дальнего Востока». – Красноярск, 2008.

**Коммуникативные неудачи в диалогическом общении:
причины возникновения и пути устранения¹**

Е.А. Шпомер

*г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова,
Хакасский технический институт –
филиал Сибирского федерального университета*

Одной из центральных фрустративных характеристик коммуникации является нарушение принципа коммуникативного сотрудничества через речевую агрессию, которая может выражаться как экстралингвистически (невнимание, неуважение, презрение по отношению к коммуникативному партнеру), так и лингвистически (оскорбление через антиперсонификацию, навешивание ярлыков, лингвоцинизмы, жаргонизмы, вульгаризмы и др.).

Основной антифрустративной характеристикой эффективного общения можно назвать принцип (категорию) вежливости, которая складывается из таких компонентов, как «уважительность», «доброжелательность», «тактичность».

Адресанты используют комплекс различных средств и способов активизации коммуникативной прагматики, выбор которых обусловлен стилевыми и жанровыми особенностями и конкретными коммуникативными задачами текста. Кроме того, уровень диалогической прагматики и коммуникативного успеха со всей вероятностью зависит от типов языковой личности собеседников (специфики адресата и адресанта, их межличностных и социальных отношений).

Назовем некоторые из выявленных нами **причин коммуникативных неудач**: нарушение принципа вежливости; негативная оценка речевых дей-

¹НИР выполняется в рамках государственного задания Минобрнауки России по теме «Проблемы и особенности межкультурной коммуникации в поликультурной среде» (№ 12-01-10)

ствий собеседника; антиперсонификации; проявление поведенческой и речевой агрессии коммуникантов; отсутствие общих интересов у собеседников; статусно-ролевые отношения между коммуникантами; игнорирование требований автономности личности собеседника; запелляционность; публичная критика; несовпадение коммуникативных интенций говорящих; возникновение чувства ревности у одного из коммуникантов; неосведомленность одного из речевых; нехватка фоновых знаний у одного из собеседников; аффективное состояние одного из коммуникантов, реже обоих коммуникантов; антитезное поведение одного из собеседников; обсуждение деликатной темы; несовпадение идеологий собеседников и др. [см.: 1, с. 202 и др.].

В некоторых случаях можно избежать коммуникативного провала, устранив его причины. Это могут быть **следующие пути**: реализация коммуникативных законов вежливости, модификации отклоняющегося коммуникативного поведения собеседника, принципов сотрудничества и взаимодействия, максимум такта, великодушия, симпатии, одобрения, согласия; создание коммуникантами комфортных условий общения; употребление смягчающих метакоммуникативных высказывания; использование риторических и разделительных вопросов; проявление толерантности к речевому и коммуникативному поведению собеседника; смена темы разговора; снятие напряжения в разговоре путем извинений, (признание своей неправоты); употребление положительной оценочной лексики, комплиментов с целью воздействия на собеседника; игнорирование грубости, агрессии речевого партнера; умение найти подход к коммуниканту; поиск компромисса; использование тактики примирения; демонстрация согласия с собеседником; использование юмора и др. [см. об этом подробнее: 1, с. 203 и др.].

ЛИТЕРАТУРА :

1. *Шпомер Е.А.* Коммуникативные неудачи в диалогическом общении в соотносительности с коммуникативными законами и типами языковой личности. – Абакан: Издательство ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», 2011. – 292 с.

Никнейм: особенности стиля и жанра

М.Л.Якунина

г. Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

Интернет-язык стал для многих молодых людей средством общения номер один. Виртуальное пространство Интернета позволяет человеку выбрать себе имя «по вкусу», обозначив свою индивидуальность с помощью никнейма.

Толкование термина «никнейм» отсутствует в «печатных» словарях, поэтому мы рассмотрели значение термина в современных электронных словарях, воспользовавшись Интернет-ресурсами.

В свободной энциклопедии Википедия «никнейм» (ник; [англ.](#) nickname — первоначально «кличка, прозвище», от среднеанглийского an eke name — «другое имя», перешедшее в [одинаково звучащее](#) «a nick name»), также сетевое имя — [псевдоним](#), используемый пользователем в [Интернете](#), обычно в местах общения (в [блогах](#), [форумах](#), [чатах](#)) [1].

В «Словоборге. Народном словаре современного русского языка» приводится толкование: «Ник – Ник – Nick. Nickname. Прозвище, псевдоним. Как правило, псевдонимы пользователи используют при общении в сетевых сообществах (чатах, форумах). Псевдоним пользователь выбирает себе сам при регистрации в сообществе» [2].

По определению М. Г. Чабаненко, «никнейм» – условное либо вымышленное имя для идентификации в сети. «Художественный образ из символов, создаваемый пользователем для общения и самопрезентации в чатах, социальных сетях и подобных ресурсах» [3, с.13].

Во всех дефинициях можно выделить общее: никнейм – это псевдоним со специфической сферой использования – виртуальное пространство, всемирная сеть Интернет.

Синонимами никнейма являются логин, прозвище, псевдоним, однако последние отличаются сферой использования, а логин – часть учетной записи Интернет-пользователя, которая создается формально для регистрации в сети. В отличие от логина, никнейм всегда несет в себе смысл, возвращая «ониму его то исходное содержание, когда собственное имя рассказывало о собственнике» [3].

На выбор никнейма коммуникантом оказывает влияние ряд экстралингвистических факторов: уровень общей культуры автора, его социальное положение, сфера профессиональной деятельности и познавательных интересов, возраст, национальность, гендерная принадлежность и т.д.

Интернет-культура не имеет закрепленного традицией антропонимикона (реестра личных имен), поэтому каждый коммуникант имеет возможность выбрать себе оним.

Процесс создания никнейма, несмотря на индивидуальный характер, отражает систему социально-культурных ценностей пользователя Сети. В этом смысле никнеймы характеризуются как языковые формы выражения установок их создателей.

ЛИТЕРАТУРА :

1. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Никнейм./>
2. Словоборг. Народный словарь современного русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://slovoborg.su/>
3. *Чабаненко М. Г.* Молодежный дискурс как реализация типовой и индивидуальной языковой личности: автореф. дисс... канд. фил. наук. Кемерово, 2007. 21 с.