

Воронежский государственный университет
Центр коммуникативных исследований ВГУ
Воронежский институт развития образования
Воронежская риторическая ассоциация
Воронежская психолингвистическая ассоциация

Культура общения и её формирование

Выпуск 31

Продолжающееся научное издание



Воронеж
2015

УДК 81'1

Тридцать первый выпуск межвузовского научного сборника «Культура общения и её формирование» включает материалы, отражающие результаты разработок в области культуры русской речи, культуры общения, речевого воздействия, коммуникативного поведения, риторики, современных тенденций развития русского языка и текста, языкового сознания, проведенных членами Воронежской риторической ассоциации, Воронежской психолингвистической ассоциации, Центра коммуникативных исследований ВГУ, теоретико-лингвистической научной школой ВГУ под руководством заслуженного деятеля науки РФ проф. З.Д. Поповой в течение 2014-2015 учебного года.

Для учителей русского языка, культуры общения, риторики, делового общения, преподавателей вузов, всех интересующихся проблемами речевого воздействия, русского языка и культуры общения.

Научный редактор – проф. И.А. Стернин

Редколлегия – доц. Е.О. Атланова, доц. Е.И. Грищук, учитель ВКК
Л.Д. Мудрова, доц. М.С. Саломатина

Компьютерная верстка и оригинал-макет –
И.А. Стернин

Культура общения и ее формирование: Межвузовский сборник научных трудов. – Вып. 31. / Под ред. И.А. Стернина. – Воронеж: «Истоки», 2015. – 168 с. – 200 экз.

© Коллектив авторов, 2015
© Издательство «Истоки», 2015

ISBN

Русский язык сегодня

М.В Лапыгина

Лексика, номинирующая психические и биологические свойства политика в современных печатных СМИ

Печатные СМИ играют большую роль в формировании представления о том или ином политическом деятеле в сознании адресата. Целью данной работы является рассмотрение лингвистических средств создания положительного имиджа политика в политическом дискурсе.

Для осуществления указанной цели из печатных СМИ извлекались контексты, включающие номинации политиков. Источниками исследования послужили газеты «Известия», «Ведомости», «Комсомольская правда», «Взгляд», «МОЁ» и интернет-газета «Дни.ру» за 2012-2013 год.

Как показывают современные научные источники, при исследовании человека как объекта познания выделяют три основных аспекта его изучения. В частности, Е.В.Бурова указывает на три уровня восприятия образа человека: биологический, психологический и социальный. Биологический уровень предполагает восприятие пола, возраста, физических данных. Психологический связан с такими аспектами личности, как характер, интеллект и эмоциональное состояние (Бурова, интернет-источник).

Первоочередного внимания требует изучение номинации психических качеств личности политика, так как с их помощью СМИ чаще всего дают обществу представление о месте и весе политика в социальных процессах, о личностных качествах властвующего лица.

Анализ показал, что в рамках исследуемого материала единицы, обозначающие психические качества политического деятеля, можно разделить на несколько групп: интеллектуальные способности, творческие способности, проявляемые политиком эмоции, нравственно-этические качества, способность к интенсивной деятельности, опыт политика и волевые качества. Для каждой из названных групп характерны определенные ключевые слова, с помощью которых можно выяснить, какие качества личности политика общество может принять как позитивные:

1. Интеллектуальные способности политика – одна из главных составляющих создания положительного образа. Ключевое слово – разум. Например: «Америка выбрала президента **разумного**» («Взгляд», 07.11.2012).

2. Политический опыт. Ключевое слово – опыт. Например: «Васильев имеет **богатый опыт** разрешения сложных ситуаций»; «Это очень **важный политический опыт**, особая закалка» («Взгляд», 09.11.12.)

3. Творческие способности политика. Ключевое слово – талант. Например: «Она **талантливый** человек» («Известия», 22.10.2012).

4. Способность политика к интенсивной деятельности. Ключевые слова – активный, энергичный. Например: «*Президента считают **активным и энергичным***» (интернет-газета «Дни.ру», 25.10.2012).

5. Эмоциональная характеристика политика. Самая малочисленная группа психических номинаций. Ключевые слова выделить нельзя. В основном эмоциональная характеристика осуществляется с помощью метафор. Например: «*Путин **посмотрел** на меня своим **теплым взглядом** и сказал, что у него есть свободное время*» («МОЁ»).

6. Нравственно-этические качества. Ключевые слова – совесть, честь, интеллигент. Например: «*Удачи тебе, Сергей! А всё остальное: **ум, совесть, честь** – у тебя есть*» («Взгляд», 07.11.2012); «*Многие хотят видеть в Путине **государственного деятеля-интеллигента***» («Комсомольская правда», 26.12.2012).

Таковы номинации психических свойств политика, выявленные в рамках исследуемого материала.

Рассмотрим единицы, номинирующие биологические качества политического деятеля:

1. Возраст политического деятеля. Ключевое слово – возраст. Например: «*44 года – **хороший возраст** для того, чтобы начать что-то новое в своей жизни*» («Комсомольская правда», 14-21.02.2013).

2. Физическая форма. Ключевые слова – сильный, крепкий, здоровый. В сознании граждан наличие хорошей физической формы ассоциируется с надежностью политического деятеля. Например: «*83% назвали президента **физически крепким и сильным** человеком*» (интернет-газета «Дни.ру», 15.02.2013); «*Кличко попал. Как успешный, красивый, **здоровый, могучий** и так далее*» («Взгляд» 27 октября).

3. Принадлежность к определённому полу. Ключевое слово – мужчина. Положительные номинации этой группы создаются с помощью имён прилагательных. Например: «*Президента России считают **здоровымыслящим мужчиной** в расцвете лет*» (интернет-газета «Дни.ру», 25.10.2012); «*Мужик **настоящий**. Он решил не позорить партию и поступил абсолютно верно*» («Взгляд», 20.02.2013).

Таким образом, можно прийти к выводу, что имидж политика создается определёнными лингвистическими средствами, которые или изначально содержали положительную оценку в одном из своих значений, или приобрели соответствующее эмоционально-экспрессивное значение в контексте. Из номинаций по психическим качествам личности политика в рамках исследуемого материала наиболее активно используются единицы, обозначающие интеллектуальные способности и опыт политика, а наименее часто – творческие. Единицы, номинирующие биологические качества, при создании положительного образа политика используются гораздо реже, чем психические, поскольку эти характеристики являются менее важными для потенциального избирателя.

Обучение культуре речи и классификация ошибок

Классификация ошибок – важный аспект разработки методики формирования культуры речи носителей языка на разных этапах обучения.

Важную роль играет эмпирическая классификация ошибок, которые допускают говорящие или пишущие. Эта классификация может быть основана на классификации ошибок с точки зрения информации, сообщаемой ими об общей культуре, уровне образования и интеллекта допустившего их носителя языка (то есть их роли в создании благоприятного или неблагоприятного языкового паспорта говорящего, с точки зрения их символической или паролевой функции в обществе).

Учитывать тип ошибки очень важно при определении уровня культуры речи и грамотности устной или письменной речи путем тестирования, получающего сейчас все большее распространение в разных сферах.

Обучение культуре речи взрослых носителей языка (учителей, менеджеров, руководителей, государственных служащих и др.) требует минимизации требований к культуре речи, предъявляемых в рамках обучения и тестирования. Наиболее трудные слова должны быть предварительно отобраны, и правильному их написанию, произношению и употреблению слушателей необходимо обучать; может быть предложен словарь-минимум этих трудностей.

Необходим минимум по культуре устной и письменной речи, знание которого является обязательным для той или иной профессиональной категории. В рамках этого минимума обучаемые должны показывать при проверочных испытаниях только высокие результаты, в противном случае испытание не считается выдержанным.

В 1997 г. нами было предложено понятие *цензовой ошибки* при тестировании навыков культуры устной и письменной речи (Стернин 1997, с. 5-7) и предложили, чтобы цензовые ошибки по результатам итогового тестирования оценивались более строго, чем нецензовые.

Спустя почти 20 лет это понятие требует уточнения: произошли изменения в составе цензовых ошибок, поскольку изменилась употребительность многих слов, появились новые цензовые ошибки и др., разработаны новые подходы к оценке уровня культуры речи и грамотности.

Под цензовой ошибкой мы предлагаем понимать такую речевую ошибку взрослого носителя языка, завершившего профессиональное обучение, которая на данном этапе развития социума воспринимается общественным сознанием как недопустимая в среде образованных людей и свидетельствует о низкой общей культуре человека. Признаком того, что данная ошибка выступает как цензовая, является возможность следующего комментирования ее рядовым носителем языка: Ну, что можно сказать о его культуре, интеллекте, если он говорит... Например: *Ну что можно сказать о его культуре, интеллекте, если он говорит «ложить» и «ихний»?*

Цензовые ошибки компрометируют человека в глазах представителей образованных, культурных слоев общества. Их наличие в речи вызывает общественное удивление и порицание. Это своего рода «символические» ошибки

– *символизирующие* низкую общую культуру, низкий интеллект и уровень образования носителя языка.

Известно, что классификация ошибок – один из сложных, регулярно обсуждаемых специалистами вопрос. В работах Т.А. Ладыженской отмечается, что «для практики обучения языку представляется целесообразным подойти к классификации речевых ошибок и недочетов с позиции современной лингвистики, различающей строй языка (систему языковых единиц) и употребление языковых средств в речи» (Методика 1991, с.30). Т.А. Ладыженская выделяет две большие группы ошибок:

1) грамматические ошибки (ошибки в структуре (в форме) языковой единицы);

2) речевые (ошибки в употреблении (функционировании) языковых средств).

В критериях ЕГЭ различаются, наряду с орфографическими и пунктуационными (с классификатором «негрубые»), ошибки, нарушающие языковые и речевые нормы, у которых на возможную их «грубость» не указывается. При этом для орфографии и пунктуации грубость ошибок определяется от противного - в результате перечисления негрубых нарушений. А для других норм, видимо, следует применять традиционное понимание грубости ошибки как *нарушения обязательных системных норм, в отличие от вариативных.*

Вместе с тем в практике широко используется как термин *речевая ошибка*, так и термин *речевой недочет*, которые как раз и дифференцируют степень «грубости» ошибок, хотя конкретное наполнение этих понятий очень варьирует у разных авторов.

Цензовые ошибки лишь частично пересекаются с грубыми ошибками, но не сводятся к ним, занимая свою нишу, т.к. обусловлены целым комплексом не только языковых, но и речевых, психологических, социолингвистических факторов.

Нам представляется, что эта категория ошибок должна прежде всего выделяться в звучащей, т.е. устной речи. В связи с этим к ней следует отнести нормы, нарушение которых легко определяется на слух нефилологами, в частности, орфоэпические, в т.ч. акцентологические, и грамматические. Например:

1) просторечное влияние (*красивЕе, сгиНаться, тортыИ, нОЛУвер, дермаНтин* и т.п.);

2) узуальная норма профессиональной речи (*дОбыча, диспАнсер, наркоманИя, рапОрт, осУжденный* и т.п.);

3) игнорирование/незнание «старшей» нормы, одобряемой общественным мнением (*кофе – он; мягкий «ж» в словах позже, дребезжать; шинЕль, скуШНо* и др.).

Лексические и стилистические нормы, как отмечала О.Б. Сиротина, «более сложны для определения границ допустимого, поскольку зыбкими являются критерии целесообразности употребления того или иного слова ...» (Сиротина 2007, с. 27).

Представим себе такой «диагностический» комментарий: *Ну что можно сказать о его культуре, интеллекте, если он говорит: «Я большую роль возлагал на эту встречу» или... если он говорит: «равный паритет» и «свободная вакансия»?* Пафос порицания в этом случае оказывается не очень уместным,

например, потому, что такое могло быть сказано в спонтанной речи человеком, уверенно владеющим нормами культуры речи. Цензовые ошибки в случаях, регулируемых лексическими, стилистическими и синтаксическими нормами, целесообразно определять для представителей т. н. коммуникативных профессий (понятие Ю.П. Тимофеева -Тимофеев 1996), то есть тех, реализация профессиональных функций в рамках которых невозможна без эффективного использования профессионального общения.

С точки зрения нарушения орфоэпических и грамматических норм цензовыми являются слова, в употреблении которых допускаются не только нарушения системных правил, но и «установленной обществом конвенции, одобряющей облик конкретных языковых единиц» (Горбаневский 200) или культурно-речевой традицией, одобренной обществом, напр., *кофе – он, свЁкла, афЕра, звонИт* и др.

Конечно, определяя список цензовых слов, необходимо иметь в виду, что есть ошибки, которые находятся на грани языкового изменения и могут означать начало формирования вариативности нормы. Ср., напр., мнение О.Б. Сиротининой о возможной кодификации ударения *обеспечЕние*, «поскольку в речи подавляющего большинства людей, во всем остальном соблюдающих кодифицированные нормы и полностью соответствующих элитарному типу речевой культуры, наблюдается подобное произношение» (Сиротинина 2007, с.26). Кроме того, есть массовое нарушение норм, которое совершенно не обсуждается обществом, а молча поддерживается: *фольгА, тефтЕли, нормИровать, вАловый, мАстерски, предвосхитИть* и др.

Мы предлагаем включить в состав орфоэпических цензовых ошибок единицы следующих групп.

1. Общекультурная / книжная и публицистическая лексика. Включает слова, которые, согласно общественному мнению, должен знать, правильно произносить и писать любой образованный человек, либо ему в образованности общественным мнением будет отказано. Правильное употребление этих слов свидетельствует об общей культуре и образованности носителя языка, например:

инцидент, диспансер, афера, досуг, диалог, некролог, ходатайствовать, премировать, соблезнование, договор, значимость, компетентный, конфиденциально, компрометировать, намерение, недуг, созыв, таможня, призыв, конкурентоспособный, договоренность, приговор, обеспечение и др.

2. Употребительная бытовая лексика основного словарного фонда:

цемент, цыган, сгибаться, двоюродный, сироты, паралич, приданое, крапива, гусеница, случай, столяр, похороны, поминки, боязнь, крыжовник, макулатура, пуловер, щекотно, ракушка, договоренность, кухонный, газопровод, запломбировать, каучук, новорожденный, облегчить, огулом и др.

Орфоэпические : *музЭй, кофЭ, шинЭль, крЭм* и др.

3. Профессиональная лексика из основного словарного фонда:

обыскаА, возбУждено, Алкоголь, шприцЫ; тортА, супА; дОбыча, рУдник; комплЕксный; атОмная ; катАлог и т.п.

В грамматический (морфологический и частично синтаксический) минимум войдут далеко не все трудности формо- и словообразования, а также управления, с которыми сталкивается носитель русского языка.

Для проверки обратимся к нашей тестовой фразе. *Ну, что можно сказать о его культуре, интеллекте, если он говорит: килограмм помидор/пара носок/ нет*

рельс? Видимо, общественный приговор в данном случае будет не столь суров, как при употреблении глагола «*ложи*». В грамматический минимум цензовых ошибок, на наш взгляд, должны войти, например, склонение числительных (особенно со вторым корнем «сто» в род. пад.); образование степеней сравнения прилагательных (*более лучший*), образование формы повелительного наклонения отдельных глаголов: *едь, ехай, ложь* и под.; местоимение *ихний*; управление при предлогах *благодаря, вопреки, согласно* и проч.

Представляется, что в отношении слов, ошибки в которых признаются цензовыми, филологи должны «держаться и не сдаваться», не допускать возможности изменения норм употребления, тем самым поддерживая стабильность языковой нормы и необходимость ее освоения и внимания к ней. Это психологический факт для носителей языка: носитель языка должен знать, что образованные люди его *осудят*, если он неправильно произнесет или напишет эти слова (например: *моё день рождения, моё кофе*).

При тестировании уровня культуры речи целесообразно принять в качестве *зачетного порога* не более 5% допустимых ошибок из состава цензовых. Нецензовые ошибки могут составить *порог* до 15-20%

Необходимо, очевидно, разрабатывать понятие цензовой ошибки применительно к каждому периоду развития языка (скажем, каждые 15-20 лет), составлять списки цензовых ошибок и включать их в т.н. минимумы по культуре речи – как общеязыковые, так и профессиональные.

Кафедра общего языкознания и стилистики Воронежского государственного университета имеет опыт подобного рода работы: создание словарей-минимумов по культуре речи, в том числе для госслужащих, разработка методики тестирования нефилологов, подготовка пособий по культуре речи, основанных на принципе цензовости (см., например Козельская 2012, Речевая культура 2012, Саломатина 2014).

Горбаневский М.В., Караулов Ю.Н., Шаклеин В.М. Не говори шершавым языком (О нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ). Изд. 2. - М.: Галерея, 2000. - 272 с.

Практикум-справочник по русскому языку и культуре речи. Учебно-методическое пособие для вузов / Н.А. Козельская, А.В. Рудакова. - Воронеж : Истоки, 2012. - 80 с.

Методика развития речи на уроках русского языка: Кн. для учителя/ Н. Е. Богуславская, В. И. Капинос, А. Ю. Купалова и др.; Под ред. Т. А. Ладыженской. – М. : Просвещение, 1991 – 240 с.

Речевая культура государственного служащего. Справочное пособие / Под ред. И.А. Стернина. – Воронеж : Истоки, 2012. - 133 с.

Саломатина М.С. Русский язык и культура речи: материалы к практическим занятиям. Изд.9, испр. и доп. - Воронеж: Истоки, 2014. – 47 с.

Сиротинина О.Б. Основные критерии хорошей речи // Хорошая речь / Под ред. М.А. Кормилициной, О.Б. Сиротининой. Изд. 2-е испр. - М.: Издательство ЛКИ, 2007.- 320 с.

Стернин И.А. Цензовые ошибки и культура речи / Культура общения и ее формирование.- Воронеж, 1997, с. 5-7.

Тимофеев Ю.П. Профессиональное общение и его развитие с помощью видеотренинга. – Диссертация на соиск. уч. ст. докт. псих. наук – М., 1996. – 423 с.

Образная специфика значения слова в межкультурном общении

Национальная специфика образного переосмысления значения слов или словосочетаний одного языка на фоне другого проявляется при образовании их переносных значений. Совпадение или несовпадение переносных значений переводных соответствий двух языков, несмотря на многочисленность посвященных данной проблеме исследований, в основном ограничивающихся констатацией подобных семантических сходств или различий, остаются труднообъяснимыми и малоизученными фактами языка.

С точки зрения их семного описания тропеическое использование языковых единиц объясняется усилением или погашением яркости того или иного признака в структуре их семантики, что связано с усилением или уменьшением его коммуникативной значимости в процессе общения.

Причины же формирования узуальных образных средств языка теряются в глубине веков и во многом носят случайный характер, при этом разные объяснения того или иного факта национальной специфики образного переосмысления значения слова оказываются вполне возможными, однако всегда представляют собой некую версию, совсем не исключающую другие объяснения данного языкового факта.

Например, в англоязычной культуре слово *dog* можно встретить во многих устойчивых словосочетаниях, используемых в разговорной речи для именования людей, возможно, чтобы ярче выразить их характерные особенности: *a big dog* – большая шишка, *a clever dog* – умница, *a dead dog* – бесполезный человек, *a dirty dog* – «свинья», *a dull dog* – зануда, *a dumb dog* – молчун, *a gay dog* – кутила, *a lame dog* – неудачник, *a sad dog* – мрачный человек, *a sly dog* – хитрец, *top dog* – хозяин положения. В русскоязычной colloquial лексике также выявляются переносные значения слова *собака*, которые демонстрируют двойственное отношение, сложившееся у носителей русского языка к данному животному: с одной стороны, так называют *злого, грубого человека*, а с другой – выражают восхищение *знатоком, ловким в каком-нибудь деле человеком*: «Хорошо поет, *собака*, заслушаешься» ([Ожегов 1994, с.728).

В русском языке перенос значения в слове *обезьяна* означает в некоторых случаях *крайнюю степень непривлекательности*, а в других случаях – *склонность к слепому подражанию или кривлянию* – в английском языковом сознании со словом *monkey* связаны обычно представления об *озорстве* или *детской шаловливости*.

Англичане используют слово *vixen* (лиса), говоря о сварливой и злой женщине, а склочную женщину обычно называют *cat* (кошка) или *shrew* (землеройка), чего не наблюдается в русском языке.

Своеобразие и неповторимость природного ландшафта, флоры и фауны как явлений внешнего мира находят свое воплощение в формировании образных значений с национальной спецификой, которая, например, у англичан, как морской нации, часто связана с морем и его обитателями:

в британском варианте английского языка семема *crab* (краб) с ядерным признаком *раздражающийся по пустякам* именует человека-брюзгу;

маленького и тщедушного человека британцы мысленно сопоставляют с обитателем моря *креветкой* и называют *shrimp*, в отличие от носителей русского языка, у которых сравнения признаков *размер* и *физические возможности* «лежат» в сухопутной плоскости, и которые такого человека скорее назовут *козявкой* или *сморчком*;

в американском варианте английского языка слово *clam* – морской моллюск (*he shut up like a clam* – он хранил упорное молчание) означает *молчаливость, скрытность, замкнутость*, а также в коллоквиальной речи – (*as happy as a clam* – очень счастливый) становится усилительно-эмоциональным компонентом высказывания, придавая ему своеобразную экспрессивность.

Национальное своеобразие переносных значений в двух лингвокультурах может уступать место универсальным образам, частично или полностью:

о знаменитом деятеле искусства, науки, о спортсмене скажут *звезда* – *star*;

поросенком – *piggy-wiggy* принято называть маленького ребенка-грязнулю;

жестокого человека, кровопийцу назовут *вампиром* – *vampire*;

бесхарактерный, мягкотелый человек в сознании носителя русского языка рождает образ *амебы*, а в сознании носителя английского языка – *медузы* – *jellyfish*, что при общении не создает трудностей непонимания, так как при переносе значения в производном образе выделяются и усиливаются сходные физические характеристики данных представителей фауны, которые служат для обозначения тождественных семантических признаков у наименований лиц.

Данные ряда исследований (Сильченко 2010, с.208) свидетельствуют также, что употребление слов *animal* (животное), *dog* (собака), *swine* (свинья), *sheep* (овца) сводятся к общему пейоративному наименованию человека, как в русском, так и в английском языках.

Вышеперечисленные примеры метафоризации языка и языковой символики могут свидетельствовать о негативной или позитивной оценке объекта номинации, придают экспрессивность высказыванию, позволяют передать некоторую характеристику лица посредством элементов определенного кода, который специфичен для носителей разных языков, однако не всегда может быть достоверно объяснен или декодирован.

Не вызывает сомнения тот факт, что характеристика тех или иных качеств человека посредством метафор или символов в языке заставляет апеллировать к знанию этических и эстетических норм, огромную роль в формировании которых играет общество, в котором живет и развивается человек. Неоспоримо, что ценностные доминанты носят национально-специфический характер, а также зависят от эпохи и социального статуса человека. Многие высказываемые объяснения или утверждения по поводу появления в языке таких национально-специфических явлений, как образное значение, с одной стороны, вполне могут быть правильными, однако с другой стороны – это всего лишь предположения, которые невозможно доказать.

Существенно, что при выявлении и описании как универсальных, так и национальных компонентов картин мира разных народов следует использовать метаязык семного описания значений языковых единиц (Стернин, Маклакова 2013, Маклакова 2013, 2014). Думается, что аспектно-структурный подход к исследованию переносных значений на уровне сем, позволит собрать достаточно

информативную доказательную базу для заключений и выводов о семантической природе переосмысления значений слов и словосочетаний.

Маклакова Е.А. Семное описание и контрастивный анализ значения слова: на материале наименований лиц в русском и английском языках: монография / Е.А. Маклакова. – Lambert Academic Publishing, Saarbrücken, 2013.

Маклакова, Е.А. Теоретические проблемы семной семасиологии: монография / Е.А. Маклакова, И.А. Стернин. – Воронеж: Издательство «Истоки», 2013. – 277 с.

Маклакова, Е.А. Теоретические принципы семной семасиологии и лексикографическое описание языковых единиц (на материале наименований лиц русского и английского языков) [Текст]: дис. ...док. филол. наук / Е.А. Маклакова. – ВГУ. – Воронеж, 2014. – 367 с.

Ожегов, С.И. Словарь русского языка [Текст] / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – Российская АН; Российский фонд культуры. – М.: АЗЪ, 1994. – 928с.

Сильченко, И.Б. Особенности актуализации антропологического кода метафорических высказываний с негативным компонентом [Текст] // Мир науки, культуры, образования. – № 2 (21). – Горно-Алтайск, 2010. – С.205-210.

Г.Я. Селезнева

Фразеологические единицы с антропонимами в языковом сознании современной молодежи

Фразеологические единицы (ФЕ), включающие в свой состав антропонимы, представляют собой оригинальную, обладающую ярким национальным колоритом группу. Их достаточно много исследовали в плане преподавания русского как иностранного. Наша цель – посмотреть, насколько известны они современной российской молодежи. Логично предположить, что ФЕ, в состав которых входят неупотребительные или мало употребительные в настоящее время антропонимы, ушли в пассивный лексический запас. Чтобы убедиться в этом, нами был проведен психолингвистический эксперимент (опрошено 60 человек студентов 1 курса).

Ответы на первый вопрос анкеты: Что означают данные выражения? - обобщены и представлены в таблице.

Фразеологическая единица	Отказы	Неверное истолкование значения	Верное истолкование значения
На Маланьину свадьбу	46	13	1
Мафусаилов век	44	13	3
Тришкин кафтан	39	21	0
Демьянова уха	38	20	2
Нить Ариадны	34	9	17
Дунькина радость	34	20	6

Петь Лазаря	31	28	1
Двуликий Янус	23	13	24
Иван, родства не помнящий	22	18	20
Шапка Мономаха	18	22	20
Куда Макар телят не гонял	17	14	29
А Васька слушает да ест	17	16	27
Мели, Емеля, твоя неделя	16	17	27
Филькина грамота	16	18	26
По Сеньке и шапка	14	15	31
Ахиллесова пята	16	14	30
Лиса Патрикеевна	13	10	37
Показать кузькину мать	7	12	41
Фома неверующий	4	17	39
Как Мамай прошел	4	13	43

Видно, что из 20 ФЕ с антропонимами молодежи достаточно известны значения только 6 (не меньше 50% правильных ответов): *как Мамай прошел, драть как сидорову козу, показать кузькину мать, Лиса Патрикеевна, ахиллесова пята, по Сеньке и шапка*. Большинство молодых людей неправильно толкует значения даже знакомых им выражений (*как Мамай прошел* - быстро 5). Значение ФЕ *Тришкин кафтан* не известно опрошенным, ФЕ *петь Лазаря* знают 2 человека из 60, *Мафусаилов век* - 3. Неплохо знают студенты ФЕ из истории (*филькина грамота* - 26 верных ответов, *как Мамай прошел* - 43), мифологии (*Ахиллесова пята* - 30, *двуликий Янус* – 24 человека ответили верно) и некоторые разговорные выражения (*показать Кузькину мать* – 41).

Второй вопрос анкеты: Какие ассоциации вызывают у вас следующие имена (предлагался список имен из перечисленных выше ФЕ) - обусловлен высказываемой многими исследователями мыслью о том, что первоначально антропоним - имя конкретного человека. Войдя в состав ФЕ, он приобретает символическое значение, называя ведущую черту носителя имени: *Сенька* – простой человек, *Фома* - недоверчивый, *Макар* – неудачник, *Емеля* – болтун, *Кузьма* – опасный человек, *Иван* - русский. Опрос позволяет выявить, насколько это знание присутствует в сознании современной молодежи. Вторая цель - подтвердить, знают или нет испытуемые фразеологические единицы с этим

именем, так как прежде всего на ум приходит воспроизводимая ассоциация (*Тришка* - кафтан).

Анализ ответов показал следующее.

1. В качестве ассоциатов респондентами давалось большое количество единичных, иногда противоположных по смыслу слов. Так, *Филька* – хитрый и простодушный, силач и слабый, старик и малыш. Это свидетельствует об отсутствии символического представления о носителе имени как типе.

2. Ассоциации обычно не совпадают с символическим значением имени во ФЕ. Они идут по другим основаниям, более релевантным для молодежи. Так, *Макар* вызывает ассоциации со словом пистолет (12 реакций), *Сидор* – сидр 9 (сидр 3, лимонад, квас, напиток 2, пьяный, гуляка), *Дунька* – наркоманка 5 (дурь, наркоманка, наркотики, трава, гашиш). Ближе всего к своему символическому значению (типичный русский) воспринимаются опрошенными такие имена, как *Иван* (*Ивашка*, *Ванька*) и *Дунька*.

3. Из предложенных ассоциаций с ФЕ вызывают у молодежи имена *Ванька* (встанька 21), *Янус* (двуликий 13), *Тришка* (кафтан 3), *Филька* (грамота 3), *Макар* (телята 3), *Ариадна* (нить 3), *Фома* (неверующий 8), *Васька* (кот 3), *Дунька* (простая 4), *Мономах* (шапка 7), *Ахиллес* (пятка 7).

Другие имена (*Ивашка*, *Сенька*, *Кузька*, *Сидор*, *Емеля*, *Демьян*, *Мафусаил*, *Патрикей*, *Маланья*, *Лазарь*) не ассоциируются с ФЕ. Таким образом, оказывается, что обороты с некоторыми именами знакомы молодежи, но точное их значение им неизвестно.

Эксперимент подтвердил предположение, что ряд ФЕ с антропонимами ушел из обиходного языкового сознания современной молодежи и если и знаком им, то только приблизительно. Многие устаревшие русские и заимствованные имена при необходимости произвольно связываются студентами с современными реалиями, с релевантными для них фильмами, передачами, предметами. ФЕ, пришедшие из мифологии, знакомы студентам лучше, чем исконно русские и библейские выражения. Представление о некоторых произведениях русской литературы, в частности, о баснях И. А. Крылова, которые всегда были в фоновых знаниях русской нации, отсутствует у современных молодых людей. Частотные фразеологизмы с антропонимами должны быть хотя бы в пассивном запасе молодежи.

Л.А.Тавдигидзе

О речевом портрете студентов техникума

Эффективность и качество обучения студентов, их становление в профессиональной сфере в значительной степени зависит от их речевой культуры, состояние которой в настоящее время вызывает тревогу.

У молодых людей, как известно, своя система ценностей, своя «норма», основной принцип которой — элемент эпатажа и насмешки (чтобы было «прикольно»).

Сегодняшняя студентка может выразить восторг словами «улет, отпад, оргазм»; неинтересное мероприятие она же назовет «депрессняк», а усердного студента — «ботаник».

Другая важная характеристика молодежной речи выражается в использовании слов и выражений, значения которых до конца молодыми людьми не осмысливаются, это касается, в частности, заимствованных слов. Таким образом, современный студент предпочитает говорить так, как ему удобнее.

Особый интерес представляет речевой портрет студентов техникума, т.к. речь именно этой социальной группы и по возрасту, и по уровню культуры отличается от речи студентов вузов.

Под речевым портретом мы понимаем воплощенную в речи языковую личность определенной социальной общности, в нашем случае — студента (Леорда 2006, с.59).

Для решения поставленной задачи нами была предпринята попытка выявить набор языковых единиц и различные приемы общения, свойственные данной группе и выделяющие речь ее представителей в обществе; рассмотреть вопрос о соответствии речи студентов языковым нормам.

Выборку составили учащиеся 1,2 курса факультета среднего профессионального образования в количестве 56 человек.

Испытуемым были предложены следующие задания:

— назовите формулы обращения, которые Вы используете в общении с друзьями;

— назовите слова, которые Вы используете для называния учебных предметов, экзаменационной сессии;

— объясните данные слова и понятия (предъявлены в виде списка).

Основным методом исследования в данной работе является обобщение полученных фактов, источник материала — результаты анкетирования по выявлению знания студентами тех или иных слов и их отношения к данным понятиям.

Выводы по результатам эксперимента

Одной из важнейших составляющих студенческой жизни является учебник. Современному студенту он все чаще представляется никчемной вещью (*мусор, шпора*), но в то же время он же и как источник знаний (*гранит науки*).

Большое значение в студенческой жизни имеют контрольная работа, зачет, экзамен. Эта лексика имеет негативную коннотацию: *пападос, лажа, судный день, днище, ад, пекло адское, вынос мозга*.

Признаком студенческой речевой коммуникации являются специфические формулы обращения с грубовато-фамильярным оттенком, которые употребляются друзьями, подругами и однокурсниками по отношению к опрошенным молодым людям: «красавчик», «красава», «гусинда», «чувак», «овощ», «курица», «лошара», «слышь, чё», «сига».

В личных именах частотны фамильярные суффиксы: Димон, Колян, Юрец, употребляются формы с суффиксом *-к-/-*: *Людка, Сашка*.

В современном речевом студенческом общении довольно часто встречается сниженная лексика, просторечные выражения: «хавать», «фигня», «кепчук».

Просторечную лексику употребляют главным образом в эмоциональных речевых ситуациях, чтобы дать оценку называемому лицу, свойству, явлению при дружеских и фамильярных отношениях между говорящими: *голодуха, гробить, дерьмо, долбануть, дурачье, живодер, жратва, заездил (измучить), заляпать, захаять, звездануть, зверюга, собачиться, шмотки*.

Сфера употребления данных слов связана с такими речевыми актами, как спор, ссора: *трепло, псих, зануда, рожжа* и под., однако в ситуации официального и полуофициального общения студенты стараются контролировать свою речь.

Профессиональная лексика в речи студентов встречается редко. Общекультурная лексика (*закключение, актуальный, относительно, структура, анализировать, абсолютно, аналогичный*) используется в основном на занятиях.

Термины (употребляются чаще всего в процессе общения на учебные темы): *маркетинг, провайдер, процессор*, номинации предметов и понятий, приоритетных для данной социально-возрастной группы (музыка: *рейтинг, кантри, ди-джей, хип-хоп*; спорт: *бодибилдинг, виндсерфинг, паркур*; техника: *кроссовер, эквалайзер, тюнер, сайт, портал*; общение: «о-кей», «плиз», «гуд-бай», «сорри», «велком», «пипл»). При этом наблюдается частичное или полное непонимание частотных иностранных слов.

Среди 100 лексических единиц, объединенных в группы по тематическому принципу, студенты не смогли объяснить следующие:

- лексика на учебные темы: аккредитив, акцепт, акция;
- техника: тюнер;
- лексика публицистического стиля: хроника, конфессия, авангард, антиколониальный, конъюнктура, прерогатива, апробировать, антагонист, антитеза;
- лексика официально-делового стиля (канцеляризмы): кассация;
- терминология (широкоупотребительная и узкоспециальная): атташе, ратификация, протокол, взимать;
- книжная лексика научного стиля: дифференциация;
- высокая лексика художественного стиля: выпренный.

Полное понимание было проявлено в отношении слов, объединенных тематическими блоками «музыка» (*кантри, рейтинг, ди-джей, хип-хоп*); «спорт» (*бодибилдинг, виндсерфинг, паркур*); «техника» (*кроссовер, эквалайзер, тюнер, сайт, портал*).

Самое большое количество слов, непонятных студентам, находится в разделе «лексика публицистического стиля»: *хроника, конфессия, авангард, антиколониальный, конъюнктура, прерогатива, апробировать, антагонист, гипотетический, декларативный*.

Студенты не могли объяснить слова, принадлежащие к следующим стилям:

- официально-деловой стиль: кассация;
- терминология – широкоупотребительная и узкоспециальная: атташе, ратификация, протокол, взимать;
- книжная лексика научного стиля: дифференциация;
- высокая лексика художественного стиля: выпренный, пламенеть, недра, внимать;
- архаизмы и историзмы: чело, ланиты.

В отношении следующих слов студенты проявили частичное или полное непонимание:

- акции — скидки цен;
- бизнес — «левый» или основной доход;
- маркетинг — 1) реклама; 2) продажи;
- безвременье — 1) нет времени; 2) не заботится о времени;

аргумент — *пример*;
 гипотетический — *образный*;
 протокол — *отчет*;
 высокая лексика:
 пламенеть — *чувствовать себя неловко; стесняться*;
 избранник — *не такой, как все*;
 ложе — *жилье, дом*;
 низложить — *объяснить*.

На пике языковой популярности прилагательные *актуальный, корректный, культовый, стильный, позитивный, элитный, реальный* и совсем новое *гламурный*: — *Ты сегодня очень актуально [правильно] отвечал, ты выглядишь гламурно [привлекательно-дорого]*.

Сформировался сленг, связанный с использованием компьютерной техники и интернета. По словам *юзер, ламер* (пользователь компьютера и Интернета), *гуру* (редкий профессионал в области программирования, интернета, локальных сетей), *мама* (материнская плата в компьютере), *камень* (процессор) быстро узнаются люди, живущие в этом особом пространстве.

Таким образом, в речи современных студентов выявлены следующие характерные черты:

- отчуждение от общепринятого языка, стремление сделать свою речь яркой, красочной и нетривиальной;
- стремление к лаконизации этикетных формул, пренебрежение ими в процессе общения;
- возрастающая агрессивность речи;
- демонстрация фамиллярного отношения к окружающим;
- перенасыщение речи словами-паразитами (*там, это самое, короче, значит, блин*);
- обилие прерванных конструкций и исправлений по ходу речи: *...да я не помню /там это самое /дискотека была /где-то с полгода назад / короче / там прикинь с пацанами тусовались*.
- частое употребление в процессе общения иностранных слов и экспериментирование над их формой и значением.

Обсуждаемая тема пересекается с проблемами языковой нормы. Позитивным фактором является то, что в случае необходимости выбора из нескольких вариантов одного слова, различающихся по орфоэпической или морфологической характеристике (ср.: *торт'ы — т'орты; красив'ее — крас'ивее; зв'онит — звон'ит; кв'артал — кварт'ал; ложит — кладет; одеть (что-либо) — надеть (что-либо); крем'а (множ. число) — кр'емы (множ. число); черное кофе (сред. род) — черный кофе (муж. род.)* студенты отдают предпочтение нормативному варианту. Очевидно, сказывается факт изучения дисциплин «Русский язык и культура речи», «Деловое общение» (раздел «Вербальное общение»).

Наблюдаемые тенденции свидетельствуют о постепенной трансформации студенческой речи в сторону отхода от традиций русской речевой культуры.

Имея в виду личный пример М. Тэтчер, усвоившей образцовое английское произношение лишь в зрелом возрасте (овладеть им потребовалось для успешной политической карьеры), мы не воспринимаем данную ситуацию в пессимистичном контексте и надеемся, что языковая политика в масштабе

государства и наши собственные усилия будут корректировать речевой портрет студентов нашего вуза.

Леорда С.В. Речевой портрет современного студента // Вестник Саратовского госагроуниверситета им. Н.И. Вавилова. — 2006. — № 6. — С. 59— 60.

Коммуникативное поведение

Л.А.Колосова

Наблюдения над жестами египтян

Первые встречи с египтянами произвели на нас неотразимое впечатление. Наблюдать за невербальным общением коренных жителей африканского континента было очень интересно, это доставило нам много приятных моментов.

Молодые люди, желая пригласить девушку погулять, соединяют указательные пальцы левой и правой руки и делают ими небольшие постукивания. Этот же жест означает «вместе» или «дружба», так как пальцы – это братья, похожи друг на друга. Подмигивание означает «пошли с нами». Выкручивание растопыренными пальцами у ушей обозначает «сумасшедший». Пальцы, поднесённые ко рту с изображением поцелуя, надо понимать как «супер», «конфетка». Жест «хочу жениться» у парня будет таким – он потирает правой рукой фалангу безымянного пальца левой руки в области обручального кольца. Кстати, женщины носят золотые обручальные кольца, а мужчины серебряные, так как Коран запрещает мужчинам носить золото. Жест от себя ладонью означает «иди отсюда». Стряхивание пальцами воображаемой «пыли» с ушей надо понимать как «мне ничего от тебя не надо».

Если египтянин среднего возраста вращает пальцем у виска – это не желание вас обидеть, он показывает вам, что будет думать. Скупого и жадного человека они охарактеризуют жестом «вырви зуб». Пальцем, указывающим на глаза, обозначат «внимание». Если человек демонстративно выставляет вперёд ухо, то это будет означать примерно следующее: «Чего – чего? Да это сказка, ты сочиняешь!». Когда египтянин хочет сказать о человеке что он плохой, недобрый –он постукивает пальцем по сердцу и совершает отрицательное движение указательным пальцем. Щепоть правой руки на уровне груди – это знак коммуниканту «подожди немного, не торопись».

Когда вы обращаетесь к египтянину с какой-либо просьбой, и он согласен вам помочь, то его жесты могут быть следующими:

- похлопывание ладонью по голове, как указание - «я принимаю твою просьбу на свою голову»;
- прикладывает ладонь к сердцу – «я принимаю на своё сердце»;
- показывает пальцем в оба глаза – «помогу от всего сердца».

Жест отрицания, «нет» - египтяне поднимают подбородок и глаза вверх, а согласившись с вами, могут «поцокать» языком.

Есть половые различия в использовании жестов. Так пожилые египтянки в момент испуга или паники делают неосознанное движение – их ладошки

быстро-быстро сползают от щек к подбородку по несколько раз, пока женщина не успокоится. Мать, давая понять взрослому сыну или маленькому ребёнку, как сильно она его любит, целует его в лоб. Этот душевный поцелуй означает «обожаю тебя».

Оскорбительный для нас жест – ребром правой ладони ударить по сгибу локтевого сустава левой руки у египетских полицейских, военных, таможенников означает «предъявите документы». И они ведут себя в соответствии с невербальными правилами своей родной культуры. Мы с таким жестом не единожды сталкивались в автомобильных поездках при пересечении блокпостов, в аэропорту. Нам стало интересно, почему именно такой жест? Ответ оказался простым – документ большой, размером со стандартный лист бумаги формата «А4», вот жест и указывает на размер листа.

Арабы относятся к представителям контактных культур. Собеседники постоянно поддерживают визуальный контакт, внимательно смотрят в глаза собеседника и этому же сызмальства учат своих детей. Поэтому при общении надо снимать солнцезащитные очки. Межличностное пространство у них значительно короче европейского. Так немец, при расстоянии 60 сантиметров, постоянно будет делать шаг назад от собеседника, а египтянин сделает шаг вперёд, чтобы быть поближе к вам, при этом, если вы мужчина, обязательно дотронется до вас, демонстрируя свою симпатию к вам.

Ещё большее расположение вы получите, когда продемонстрируете своё знание не классического арабского языка, а его египетского диалекта. Ведь основная часть русских туристов может общаться в лучшем случае на английском. Изумление и восторг – это реакция на ваше уважительное отношение к египетскому языку, культуре.

Не обойтись без языка жестов и дайвингистам под водой: знак «окей» означает «всё хорошо», планирование ладонью – «есть проблемы», сжатый кулак – цифру 50, одна ладонь вертикально, а другая над ней как крыша – цифра 100, большой палец вверх – подъём, вниз – спуск.

Египтяне очень приветливы, отзывчивы и в то же время горды и обидчивы. Здороваясь, они обнимаются, похлопывают друг друга по плечу. Объятие при встрече среди мусульман означает проявление мусульманского братства. В Египте много коптов, у них христианская вера, они ходят не в мусульманские, а в коптские церкви и на правом запястье мужчин – коптов сделана татуировка креста. В арабских странах женщине руку пожимать не принято, так как это считается оскорбительным.

Обидчивость египтян проявляется в том случае если, вы уходите из магазинчика без покупки. Продавцы в сувенирных лавках хорошие психологи и, не зная русского языка, считывают по вашей мимике и интонации все, что им нужно. Так что туристам необходимо следить и за выражением лица и за собственной интонацией.

СМИ и реклама

А.Ю.Жданова

Соотношение коммуникативной и коммерческой эффективности текста рекламного объявления

Следует различать коммерческую и коммуникативную эффективность рекламного текста.

Под коммуникативной эффективностью рекламного текста понимается привлекательность и убедительность текста и его оформления, приводящая к заинтересованности реципиентов в ознакомлении с его содержанием.

Под коммерческой эффективностью рекламного текста понимается экономический результат рекламы - количество продаж, заказов и под.

Нами было проведено экспериментальное исследование эффективности частных объявлений о продаже квартир, машин, собак и кошек. Была поставлена задача выявить факторы формирования коммуникативной эффективности рекламного текста.

Исследование позволило сделать следующие выводы:

1. В тексте рекламного объявления существуют обязательные и факультативные параметры. Обязательные – те, которые представлены более чем в 50% объявлений, факультативные – индивидуальные характеристики предмета рекламирования. Использование в рекламном тексте обязательных параметров - необходимое условие эффективности текста рекламного объявления, использование факультативных параметров - желательное условие, повышающее эффективность рекламного текста. При более широком использовании в объявлениях факультативных параметров повышается коммуникативная эффективность объявления.

2. Для повышения коммуникативной эффективности текста целесообразно использовать больше факультативных параметров, эффективность которых может быть установлена экспериментально.

3. Коммерческая эффективность рекламного объявления связана с его коммуникативной эффективностью, при этом коммуникативная эффективность первична, а коммерческая вторична по отношению к ней.

4. Для повышения коммуникативной, а, следовательно, и коммерческой эффективности рекламного объявления, необходимо следующее (приведем отдельные примеры).

а) в объявлениях о продаже квартир необходимо указывать:

✓ обязательные параметры:

-контактный телефон;

-название улицы;

-количество комнат;

-метраж;

-этаж, на котором расположена квартира;

-этажность дома;

- стоимость;
- название остановки;
- материал дома (кирпич, панель, монолит и т.д.).
- ✓ желательные параметры:
 - максимально эффективные:
 - осуществляемое действие (продаю, меняю);
 - состояние внутренней отделки (100% отделка, после ремонта, евроремонт, черновая отделка, без отделки и т.п.);
 - номер дома;
 - наличие/отсутствие балкона, лоджии;
 - общая оценка состояния квартиры (хорошее, отличное, идеальное, жилое, требует ремонта и т.п.);
 - возраст/готовность дома (дому 2года., 7лет, дом сдан, период сдачи и т.п.);
 - конструкция санузла;
 - остекление балкона, лоджии;
 - наличие телефона / без телефона;
 - характеристика окон (пластиковые окна, окна ПВХ, стеклопакеты и т.п.);
 - возможность приобретения под ипотеку;
 - наличие лифта;
 - срочность продажи;
 - наличие мебели (с мебелью, мебель частично,встроенная кухня и т.п.);
 - способ продажи (без посредников, чистая продажа, собственник);
 - готовность документов, наличие свидетельства;
 - наличие гардеробной, кладовки;
 - недорого, цена ниже застройщика, выгодные условия;
 - возможность торга (возможен/невозможен);
 - освобождена;
 - район (ТЦ «Аксиома» р-н, птичьего рынка р-н, ВГУ р-н, центр);
 - расположение комнат (изолированные, на разные стороны);
 - состояние пола (паркет, ламинат, кафель, теплый пол);
 - описание входной двери (метал., двойная и т.п.);
 - наличие холла, тамбура;
 - застройщик (К.И.Т, ДСК, СТЭЛ и т.п.);
 - оценка планировки (современная, интересная, хорошая,перепланировка, современный дизайн, двухуровневая, студия);
 - способ отопления (АОГВ, автономное);
 - близость школы, дет.сада, рынка, остановки, развитая инфраструктура;
 - "брежневка", ЗГТ, "чешка", "сталинка";
 - наличие парковки, гаража;
 - описание расположение квартиры в доме (угловая/не угловая, южная сторона, не торцевая);
 - наличие кондиционера;
 - состояние сантехники (новая, душевая кабина);
 - состояние труб, батарей (пластиковые трубы, итальянские радиаторы, биметаллические батареи);
 - направление окон (во двор, на юг, на разные стороны);
 - наличие технического этажа;
 - в коттедже;

- усиливающие эффективность:
 - описание двора (закрытый, чистый, освещен);
 - наличие сигнализации, охраны;
 - описание потолка (натяжные потолки);
 - описание вида из окна (на водохранилище, на озеро, красивый, панорамный, на храм);
 - характеристика месторасположения (тихое, живописное);
 - характеристика межкомнатных дверей (новые, элитные);
 - наличие доступа к Интернету;
 - наличие консьержа;
 - наличие сарая, погреба, подвала;
 - наличие бытовой техники;
 - характеристика водоснабжения (круглогодично, круглосуточно, постоянно);
 - характеристика состояния подъезда (чистый);
 - способ нагрева воды (колонка, бойлер);
 - наличие решеток на окнах;
 - наличие джакузи, сауны;
 - состояние крыши (капитальный ремонт в 2009г., новая);
 - не доленое строительство;
 - возможность пристройки;
 - наличие эркера;
 - наличие зимнего сада;
 - наличие домофона;
 - цена действительна на момент публикации;
 - светлая;
 - класс жилья (бизнес-класса);
 - цель продажи: под нежилое;
 - проектная декларация (проект строящегося объекта).

б) в объявлениях о продаже щенков и собак необходимо указывать:

- ✓ обязательные параметры:
 - контактный телефон;
 - порода (алабай, бульдог, овчарка и т.п.);
 - возраст (1 год и 3 мес., 2 мес. и т.п.);
 - пол (сука/кобель, девочка/мальчик);
 - цена (5 тыс.руб., недорого, летние цены и т.п).
- ✓ желательные параметры:
 - максимально эффективные:
 - осуществляемое действие (продаю, предлагаю к резервированию, для вязки предлагаю, готовлю к продаже);
 - окрас (рыжий, черный, голубая сталь с золотом, чепрачный, белый с палевым);
 - документы РКФ, РКР, вет.паспорт, родословная и т.п./без документов;
 - описание (тяжелый тип, крупные, костистые, хорошее наполнение морды, беби-фейс, мощный костяк, шоу-класс, мини, необыкновенно красивые, отл. шерсть, милые, забавные, маленькое счастье, хулиган и т.п.);

-ссылка на родителей (от раб. родителей, от элитных родителей, от крупных производителей из Германии, от элитных родителей, родители чемпионы, от миниатюрных родителей);

-прививки (привиты);

-фото;

-точная дата рождения;

-характеристика (уравновешенная психика, игривый, нежная, ласковая, проявляет охранные качества, уживается с другими собаками, активные, добрая, послушная, здорова и т.п.);

-вес (до 2кг, стандарт, мини, супермини);

-количество (5шт и т.п.);

-пожелания к будущим владельцам (ищет надежного друга, заботливого хозяина. Ждет, что его возьмут в дом, где будут любить. Только для надежных и ответственных людей, в частный дом, в хор.руки);

-контактное лицо;

-привычки (кушает сухой корм и натуралку, непреревердлива в питании, приучен к туалету, любит гулять на поводке);

-клеймо;

-перспективы (для выставок и разведения, для души, для охраны, не для дивана,возможно охотники, не охранник,но сторож, подходит для вязки);

-условия содержания (разведение не в клетке, вольерное содержание, живет в окружении любви и заботы, заласкан, зацелован, отборное племенное разведение);

-кличка (Бакс, Бетти, Белочка);

-титул (победитель класса, чемпион федерации);

-развязан/не развязан;

-локализация (Новоусманский р-н, в Борисоглебске);

-мотивация на покупку (Почему Вы должны завести французского бульдога?, станет отличным другом для Вас и ваших детей, Качество, проверенное временем, Если Вам нужна собака-компаньон, значит Вам нужен французский бульдог и т.п.);

-обработан от глистов, блох, клещей, паразитов;

-взят из питомника, у заводчицы;

-срочно;

-хвосты купированы;

-стерилизована;

-рост (стандарт, в холке примерно 40-50см, до 28см и т.п.);

-помощь при стерилизации;

-возможность доставки в другой регион;

-подробности по тел., по всем вопросам обращайтесь по тел;

• усиливающие эффективность:

-время для звонка (в любое время, до 20 ч);

-описание зубов (зубы и прикус в норме);

-микрочип;

-сайт;

-призыв к действию (звоните, интересуйтесь);

-возможность торга;

- пожизненный патронаж;
- "приданное" (лоток, миска для еды, одежда и проч.);
- период продажи (середина-конец июля);
- без брака;
- причина продажи (родился ребенок, совершенно нет времени на собаку, а ему требуется общение);
- биография (У Гаврика тяжелая судьба. Еще совсем маленьким его нашли в сильнейшем истощении и т.д);

5. Коммерческая эффективность объявлений о продаже машин и кошек в целом превышает коммерческую эффективность объявлений о продаже квартир и собак, что объясняется более высокой степенью ликвидности товаров данных групп. При этом подготовка коммуникативно эффективного текста в любом случае способствует повышению коммерческой эффективности текста.

6. Исследование показало, что для коммуникативно и коммерчески эффективных объявлений могут быть установлены средние сроки продажи рекламируемого товара: машины – 56 дней, квартиры -130 дней, собаки и щенки- 43 дня, котята и кошки – 45 дней.

Проведенный нами пилотажный эксперимент с подготовкой коммуникативно эффективного объявления о продаже машины позволил продать ее практически за предложенную цену в течение 55 дней, то есть эксперимент подтвердил, что коммуникативно эффективный текст позволяет клиенту уложиться в средний срок продажи, установленный в результате исследования.

М.Е. Новичихина, Н.С. Самойленко

О некоторых факторах, детерминирующих вариант номинации в СМИ

Процесс номинации представляет собой образование языковых единиц, характеризующихся номинативной функцией, это «называние, именование, присвоение имени, процесс наименования» (Н.В. Подольская), «обозначение» (И.С. Торопцев).

Тот или иной способ номинации способствует достижению определенной цели в процессе коммуникации, позволяет один и тот же факт интерпретировать необходимым номинатору или желательным для аудитории способом.

Реализация того или иного номинативного варианта формирует (в ряде случаев) принципиально различное представление об объекте позиционирования, например: *шпион – разведчик, бандформирования - повстанцы, спекулянт – предприниматель, украсть – экспроприировать, главарь – лидер, волшебница – колдунья, безбожник – атеист, группировка – объединение, спекулянт – предприниматель, сборище - собрание* и т.п. Во всех приведенных примерах наблюдается денотативное сходство при коннотативном различии.

Возможности коннотативно различающихся вариантов номинации широко используются в средствах массовой информации, публичной речи политиков и журналистов, в художественных текстах и представляют собой вариант

языкового манипулирования (ср., например, выражения «*сборище безбожников*» и «*собрание атеистов*», «*главарь бандформирования*» и «*лидер повстанцев*» и т.п.).

В данной работе предпринималась попытка выявить факторы, влияющие на выбор того или иного варианта номинации в СМИ. Анализ практического материала свидетельствует о том, что к числу основных факторов может быть отнесен так называемый фактор авторской позиции, или интенция номинатора. Заметим, что интенция номинатора может быть самой разнообразной (например, стремление позиционировать номинируемый объект определенным образом и, как результат, сформировать определенное мнение в средствах массовой информации, стремление к политкорректности и т.д.). Например, для обозначения «сил, воюющих против украинской армии на юго-востоке Украины» в российских СМИ преобладают номинации *ополченцы* («Российская газета», «1 Канал», «Russia Today», «Телеканал дождь», «Газета.ru.»), *силы самообороны* («Runovosti.ru»), *армия Новороссии* («Правда»), в украинских СМИ – номинации *боевики* («Украинская правда», «Факты.ua»), *террористы* («Украинская Правда»), *бандиты* («Ukrnews»), *российские наемники* («Censor.net.ua»), *колорады* (Glavred.info), в англоязычных СМИ – номинации *self-defence force* («Russia Today»), *pro-russian rebels* («Washington Post», «Voice of America», «Independent»), *pro-russian separatists* («CNN»), *pro-russian forces* («the Guardian»), *rebels* («New York Times»), *rebel forces* («Independent»).

Стремление к политкорректности приводит к замене номинации *бедные* номинациями *малообеспеченные слои населения*, *наиболее социально незащищенные слои населения* («Коммерсант»). Желание абстрагироваться от гендерной принадлежности человека приводит к использованию варианта *chairperson* («CNN Money») (альтернатива *chairman*). В западной культуре, «предпочитающей» не акцентировать внимание на личности русского химика, таблицу Менделеева называют просто *периодическая таблица* (*the periodic table*) («Washington post») и т.п.

Еще одним значимым фактором можно считать так называемый фактор жанра. Так, в текстах, относящихся к информационным жанрам, где роль автора размыта, обычно преобладают нейтральные номинации. Например, ситуация, связанная с будущими выборами в Белоруссии описывается посредством номинаций *выборы*, *избирательная компания* («РИА новости»). В свою очередь, в аналитических текстах, где авторская позиция выражена более ярко, могут присутствовать оценочные коннотации и – как результат – номинация *квази-выборы* («REGNUM», Беларусь) и т.п. Наконец, художественно публицистические жанры с ярко выраженной авторской позицией демонстрируют дополнительные коннотации (так, в фельетоне, опубликованном на страницах «Белорусского партизана», *избирательная кампания* становится *счетоводческой кампанией*, *избиркомы* превращаются в *считалкомы*, а *центризбирком* - в *центрсчиталком*.

Бесспорно, перечень факторов, влияющих на номинативный вариант, не исчерпывается описанным набором. Очевидно, что значимыми оказываются также фактор адресата (по всей видимости, разному адресату (в гендерном отношении, статусном, возрастном, профессиональном и т.д.) будут адресованы различающиеся варианты номинации (например, в современных рекламных текстах активно используются альтернативные варианты названия профессии -

*работник клининг-компании (уборщица), риэлтор (агент по недвижимости) и др.), что призвано повысить значимость профессии в глазах адресата); фактор контекста употребления (например, в юридическом контексте вместо возможных вариантов *пенсия, пенсия по возрасту, трудовая пенсия* традиционно используется вариант *пенсия по старости*). Наконец, еще одним значимым фактором можно считать так называемый табу-фактор, или запрет на употребление определенных номинативных вариантов (например, чилийский диктатор Пиночет, придя к власти, запретил употребление слова *рабочий* - вместо него предписывалось использовать номинацию *работник физического труда*).*

Очевидно, что факторы, детерминирующие номинативный вариант в СМИ, требуют дальнейшего исследования. В целом же, полученные результаты позволяют утверждать, что большая часть выявленных факторов носит экстралингвистический характер. Вероятно, именно по этой причине изменение экстралингвистической ситуации, как правило, влечет за собой изменение варианта номинации.

Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. - М.: Наука, 1978. – 198 с.

Торопцев И. С. Словопроизводственная модель / И.С. Торопцев. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1980. - 148 с.

Е.В. Погорелова

Эффективность рекламного слогана

Цель данного исследования – изучение особенностей слогана с точки зрения его эффективного воздействия на потребителя.

Нами был проведен пилотажный эксперимент по определению эффективности слоганов, в котором приняло участие 20 человек разных возрастных категорий, занятых в разных сферах деятельности.

Группе была предложена анкета с текстами 9 слоганов, рекламирующих различные товары и услуги: безалкогольные напитки, операторы связи, продукты питания, косметические средства, бытовая техника, лекарственные средства, товары для животных, туристические фирмы, банки.

Была предложена следующая инструкция:

«Вы участвуете в психолингвистическом эксперименте. Пожалуйста, прочитайте слоган и ответьте на вопросы. Все Ваши ответы будут правильными, они отражают Вашу точку зрения. Спасибо за участие!

- Слышали ли Вы данный слоган? Да. Нет.

- Как Вы считаете, какую фирму или категорию товара он представляет?

Укажите, почему Вы выбрали тот или иной вариант ответа.

- Вызвал ли данный слоган у Вас желание приобрести товар? Да. Нет.

Укажите, пожалуйста, пол и возраст, сферу деятельности».

Результаты опроса представлены в Таблице.

Таблица

Параметры Слоганы	Слы- шали	Указали фирму	Указал и катего- рию	Не указали никаких сведе- ний	Понра- вился	Жела- ние приобре- сти
1. Не дай себе засохнуть (Sprite)	65%	55%	10%	30%	45%	30%
2. Оператор надежности (МТС)	30%	10%	45%	40%	30%	25%
3. В любом месте веселее вместе (M&M's)	100%	55%	15%	25%	85%	60%
4. Не дай запаху пота поставить на тебе клеймо (Rexona)	80%	3%	65%	20%	3%	15%
5. Мы работаем – вы отдыхаете (Indesit)	65%	5%	25%	55%	70%	50%
6. У гриппа нет будущего (Арбидол)	30%	-	75%	25%	30%	25%
7. Знак заботы и любви (Pedigree)	30%	-	5%	70%	40%	35%
8. Хорошо упакованный отдых (Натали-турс)	-	-	35%	55%	20%	20%
9. Всегда рядом (Сбербанк)	25%	-	5%	70%	25%	25%

Анализ ответов на первый вопрос показал, что самым популярным слоганом (из представленных в анкете №1) стал лозунг компании «M&M's» «*В любом месте веселее вместе*» – он знаком 100% опрошенных. Следующим по популярности у информантов оказался слоган «*Не дай запаху поставить на тебе клеймо*» фирмы «Rexona» – его слышало 80% участвующих в опросе. Слоганы «*Не дай себе засохнуть*» («Sprite») и «*Мы работаем – вы отдыхаете*» («Indesit») известны 65% респондентов. Менее популярными оказались рекламные девизы, знакомые 30% респондентов: «*Оператор надежности*» («МТС»), «*У гриппа нет будущего*» («Арбидол»), «*Знак заботы и любви*» («Pedigree») и 25% информантов: «*Всегда рядом*» («Сбербанк»). А слоган компании «Натали-турс» «*Хорошо упакованный отдых*» не слышал ни один человек.

Второй вопрос был связан с определением фирмы и категории рекламируемого товара, что во многих случаях вызвало затруднение у опрашиваемых – для анкет были отобраны слоганы, в которых не содержится прямое указание на категорию товара и в которых не названа фирма. Таким образом, о слоганах компаний «Pedigree» и «Сбербанк» 14 человек из 20 (70%) не указали никаких сведений. Действительно, представленные девизы очень абстрактны – они могут быть использованы для рекламы любых продуктов или услуг, так как не вызывают конкретных ассоциаций. Одиннадцать человек не дали информацию о слоганах фирм «Indesit» и «Натали-турс», восемь человек – о слогане «МТС», шесть – о слогане «Sprite», по пять человек не узнали ничего из девизов компаний «M&M's» и «Арбидол», и, наконец, только четыре человека не указали сведений о девизе бренда «Rexona».

Анализ показал, что больше всего информантов (75%) узнало категорию товара слогана *«У гриппа нет будущего»* – это лекарственный препарат (так, здесь нет прямого указания на рекламируемый товар, но слово «грипп» подразумевает борьбу с данной болезнью, есть указание на объект). По слогану *«Не дай запаху пота поставить на тебе клеймо»* категорию товара определило 65% опрошенных (средство личной гигиены/ дезодорант).

Меньшее число участников опроса указали тип товара по рекламным девизам *«Оператор надежности»* – оператор связи (45%) и *«Хорошо упакованный отдых»* – туристические услуги (35%). Возможно, это связано с метафоричностью фраз, допускающей различные толкования. Затруднительным для респондентов стало узнать вид продукции по слоганам *«Мы работаем – вы отдыхаете»* – верно определили вид только 25% информантов, *«В любом месте веселее вместе»* (правильно ответило 15%), *«Не дай себе засохнуть»* (не ошиблось 10% опрошенных). И лишь 5% участвующих в опросе смогло определить категорию продукции по девизам *«Знак заботы и любви»* и *«Всегда рядом»*. Все они достаточно абстрактны – это не привязывает их к каким-либо товарам или услугам, что делает сложным процесс сопоставления слогана и рекламируемого продукта, а следовательно, часто снижает эффективность слогана.

Что касается вопросов о фирмах-производителях, то наибольшее количество респондентов (по 55%) верно определили названия компаний, представленных слоганами *«Не дай себе засохнуть»* («Sprite») и *«В любом месте веселее вместе»* (M&M's). Можно предположить, что данный результат – это следствие популярности телевизионных роликов, из раза в раз повторяющихся во время рекламных пауз в течение нескольких лет. Немного информантов (15%) узнало фирму «Рехона» по лозунгу *«Не дай запаху пота поставить на тебе клеймо»*; оператора связи «МТС» выделило 10% опрошенных (слоган *«Оператор надежности»*), а компанию «Indesit» отличило 5% по слогану *«Мы работаем – вы отдыхаете»*.

Полученные данные говорят о том, что на рынке существует очень много фирм-конкурентов, использующих похожие слоганы, и потребителю зачастую бывает сложно отличить один товар от другого – примером этого служит то, что информанты в ответах на вопросы нередко правильно указывали категорию товара (оператор связи), но называли вместо компании «МТС» ее конкурентов – «Билайн», «Мегафон» и т.д.

В ходе анализа ответов, связанных с оценкой представленных слоганов, было выявлено, что 85% респондентов высоко оценили слоган *«В любом месте веселее вместе»* («M&M's»). Среди аргументов, приведенных опрашиваемыми в пользу данного рекламного девиза, можно выделить следующие: «позитивный», «яркий, простой, интересный», «запоминающийся», «жизненный» и др. Высокую оценку получил и слоган *«Мы работаем – вы отдыхаете»* («Indesit») – он понравился 75% участников опроса, так как «все любят отдыхать», поэтому для многих было неважно, какой именно товар/ услуга рекламируется.

Другие слоганы понравились информантам немного меньше: так, слоган *«Не дай себе засохнуть»* («Sprite») положительно оценило 45% опрошенных (девиз «простой», «модный», «свежий», «яркий», но в то же время, по мнению некоторых респондентов, «бессмысленный», «грубый», «отталкивающий», «сухой» и т.д.). 40% участников опроса понравился девиз *«Знак заботы и*

любви» («Pedigree») – с одной стороны, он «уютный», а с другой – «слишком личный». По 30% информантов дали положительную оценку слоганам компаний «МТС» «Оператор надежности» (как показали ответы, у одних «слово «надежность» вызывает доверие», другие же посчитали, что «надежность – это не то, что требуется от оператора связи») и «Арбидол» «У гриппа нет будущего» (многим он не показался оригинальным, несмотря на то, что «побеждает грипп»).

Рекламный слоган «Сбербанка» «Всегда рядом» понравился только 25% участников опроса. Основными критериями оценки здесь стали «неопределенность того, что рекламируется», «неясность». Еще меньшему количеству информантов понравился девиз «Хорошо упакованный отдых» («Натали-турс») – некоторые респонденты объясняли это тем, что в данном случае неудачно подобрана метафора. И лишь 3% респондентов оценили положительно слоган фирмы «Рехона» «Не дай запаху пота поставить на тебе клеймо» – остальным он показался «длинным», «неприятным», «резким», «грубым».

Наконец, последнее задание опросной анкеты содержало вопрос о желании приобрести рекламируемый товар. Для рекламодателя это наиболее важный компонент рекламной кампании – текст слогана создается, прежде всего, для увеличения продаж. По данным опроса мы можем судить о коммерческой эффективности данных слоганов.

Наиболее эффективными оказались тексты двух слоганов: «В любом месте веселее вместе» (он вызвал желание приобрести товар у 60% потребителей) и «Мы работаем – вы отдыхаете» (товар приобрели бы 50% опрошенных). Стоит отметить, что данные слоганы именно в силу близости их концепций к жизненным принципам людей завоевали доверие потенциальных покупателей. Менее эффективными стали следующие рекламные девизы: «Знак заботы и любви» (35%), «Не дай себе засохнуть» (30%). По 25% опрошенных приобрели бы продукцию компаний, использующих в рекламе слоганы: «Оператор надежности», «У гриппа нет будущего», «Всегда рядом». Слоган «Хорошо упакованный отдых» вызвал желание воспользоваться услугами фирмы только у 20% респондентов, а слоган «Не дай запаху пота поставить на тебе клеймо» – всего у 15%.

Таким образом, наиболее эффективным как с точки зрения популярности, так и с точки зрения коммерческой эффективности стал слоган компании «М&М's» «В любом месте веселее вместе» – с его помощью рекламодателем удалось привлечь большое число покупателей, следовательно, данный девиз выполнил свою основную задачу. Лозунг «Indesit» «Мы работаем – вы отдыхаете» также можно считать эффективным, несмотря на то, что он знаком меньшему количеству опрошенных. А вот рекламный лозунг фирмы «Рехона» «Не дай запаху пота поставить на тебе клеймо», хотя и известен широкому кругу потребителей, практически не получил одобрения информантов, а значит, функцию привлечения потенциальных покупателей он не выполнил, что говорит о его коммерческой неэффективности.

Художественный текст

Е.П. Жаркова

Общение в антиутопическом пространстве романа М. Этвуд «Рассказ Служанки»

Антиутопия – жанр художественной литературы, оформившийся сравнительно недавно. Хотя зачатки антиутопической проблематики можно обнаружить, к примеру, еще в «Путешествиях Гулливера» Дж. Свифта, а некоторые исследователи ищут их и в античной литературе (Шадурский 2007, с. 79), подлинное своеобразие этот жанр приобретает лишь в начале XX века – века двух мировых войн, научно-технических революций, не всегда несущих человечеству одно лишь благо, и воплощенных в реальность кошмаров тоталитаризма. Как литературоведческий термин понятие «антиутопия» (anti-utopia) начинает использоваться лишь во второй половине XX века. Впервые его применяют Г.Нелли и М.Патрик в антологии «В поисках утопии» в 1952 году (Шишкина 2009, с. 76).

В центре внимания любой антиутопии – судьба человеческого начала в режиме, подавляющем личность, вынужденную существовать в условиях «отчуждения человеческого в человеке» (Тузовский 2009, с. 143). Как отмечает Н.А.Плаксыцкая, «антиутопия доводит до логического завершения все мировоззренческие постулаты своего времени, противопоставляя идеологической доктрине тотального контроля живую, неповторимую и трепетную душу человека в бесчеловечном мире» (Плаксыцкая 2008, с. 163). В связи с этим особенно актуальным становится вопрос о возможности подлинно человеческого, глубоко личностного общения в антиутопическом пространстве и о роли речевого взаимодействия между людьми, которые пытаются противостоять режиму.

Каноническими образцами антиутопии, наиболее полно выразившими гуманистический пафос этого жанра, считаются романы Е.Замятина «Мы» (1920), О.Хаксли «О дивный новый мир» (1932), Дж.Оруэлла «1984» (1948). Именно они стали своеобразной моделью жанра, на которую, так или иначе, опирались авторы, предпринимавшие попытки новых обращений к антиутопии уже во второй половине двадцатого века, в числе которых – известная канадская писательница Маргарет Этвуд, опубликовавшая в 1985 году свой первый антиутопический роман «Рассказ Служанки».

Сохраняя традиционную схему конфликта между личностью и государством, присущую антиутопии, Этвуд обращает внимание, прежде всего, на аспекты, раскрывающие судьбу женщины в созданном ее воображением тоталитарном государстве Галаад. Повествование ведется от лица молодой женщины, вынужденной играть роль так называемой «Служанки». Функция, отводимая ей – быть своеобразным «инкубатором» и вынашивать детей для элиты государства, в котором ее ценят исключительно за способность к деторождению и считают «национальным достоянием» в условиях, когда большинство граждан страдают от бесплодия. Служанке, которая фигурирует в романе под наименованием Фредова (в оригинале Offred, то есть «принадлежащая Фреду»),

по имени одного из стоящих у руля тоталитарного режима Командоров, в дом которого ее помещают), запрещено читать и писать, вся ее жизнь подчинена системе условностей.

Высшим авторитетом в теократическом государстве провозглашается авторитет Священного Писания, однако Библия толкуется буквально и используется в угоду правящим слоям. Само существование института Служанок имеет «библейский прецедент»: ветхозаветные истории оправдывают использование женщин в качестве «двуногих утроб», контейнеров для воспроизводства.

Подобно персонажам классических антиутопий, Фредова обречена существовать в построенном на иерархических принципах тоталитарном обществе, где людям не позволено не только делиться критическими суждениями о сути существующего режима, но и вообще разговаривать на более или менее личные темы. За малейшими признаками инакомыслия в общении следят не только доносчики и тайная полиция, «Очи Господни», но и спрятанные повсюду подслушивающие устройства.

Служанки – социальная группа, чье взаимодействие между собой и с другими «кастами» наиболее регламентировано: по сути, в те редкие моменты, когда они вообще могут общаться, им предписывается обмен клишированными фразами, короткими репликами, выдернутыми из контекста Ветхого Завета и не способными передавать никакого личного содержания. Диалоги между Служанками во время ежедневных походов за покупками в близлежащий магазин сводятся к своеобразному ритуалу, подчеркивающему их социальную функцию:

- Благословен плод, – говорит она. Так у нас принято здороваться.
- Да разверзнет Господь, – говорю я. Так у нас принято отвечать. <...>
- День прошел, и вновь поразили мятежников.
- Хвала (Этвуд 2010, с. 27).

Оказываясь замкнутыми в своей роли в условиях присущей антиутопии социальной разобщенности (Тузовский 2009, с.182) и всеобщей подозрительности, Служанки вынуждены остро переживать свою изоляцию от других групп общества. Тишина сопровождает жизнь будущих Служанок в «Красном центре», где, чтобы обменяться информацией, им приходится читать по губам (Этвуд 2010, с.8). Молчание постоянно присутствует в их последующей бесправной и угнетенной жизни: «Если можно назвать это разговором, этот обрывочный шепот, нацеленный сквозь воронки наших белых шор. Скорее телеграмма, речевой семафор. Ампутированная речь» (Этвуд 2010, с. 223-224).

Не говоря уже об общении с мужчинами, которое им строго воспрещается, Служанки не могут вступить в подлинный контакт и с представительницами своего пола. «Жены», для которых Служанкам предназначено вынашивать детей, ненавидят их, поскольку сами не способны дать потомство, и склонны лишь к язвительности и унижениям, подчеркивающим их господство, как свидетельствует сцена обсуждения ими одной из Служанок в ее присутствии: «...Так хорошо себя ведет, не куксится, они вечно куксятся, делают свое дело – и все, привет. Тебе, можно сказать, почти как дочь. Член семьи. Уютные смешки матрон. Ну все, милая, можешь возвращаться к себе» (Этвуд 2010, с. 129).

«Марфы», как называют в обществе Галаада пожилых женщин, не способных к деторождению и выполняющих домашние работы, считают Служанок

нечистыми, недостойными общения, полагают, что вправе выносить им моральный приговор. Фредова жаждет поучаствовать в их нехитром кухонном разговоре, не заходящем дальше скабрзностей и слухов, однако болтовня Марф замирает, стоит ей лишь войти в комнату: «Рита думает, я заразная, как краснуха или невезение» (Этвуд 2010, с.13).

Столь же отчужденно относятся к Служанкам и «Эконожены», женщины из простого сословия, мужья которых не могут позволить себе иметь Служанок. Попытки установить общение с ними также обречены на провал. В ответ на сочувственный жест Служанок, обращенный к похоронной процессии, посвященной младенцу, умершему еще в утробе матери, Эконожены выражают презрение, хотя, казалось бы, переживания всех матерей должны быть понятны друг другу: «Мы прижимаем ладони к сердцу, показываем этим незнакомым женщинам, что сопереживаем их горю. Первая хмурится нам из-под вуали. Вторая отворачивается, сплевывает на тротуар. Эконожены нас не любят» (Этвуд 2010, с.51).

Несомненно, столь же бесплодны и попытки установить контакт с теми, кто явился в Галаад из-за его пределов, к примеру, с японскими туристами. За общением, как и в других случаях, следят агенты полиции и доносчики. Сами туристы вовсе не жаждут разоблачения тоталитарного режима. Они воспринимают Служанок лишь как волнующую тайну, как элемент «местного колорита», что в действительности случается с туристами-европейцами в странах исламского фундаментализма:

– Он спрашивает, счастливы ли вы, – говорит переводчик. <...>

– Да, мы очень счастливы, – шепчу я. Надо же было что-то сказать, а что тут скажешь? (Этвуд 2010, с. 39).

Однако молчание, навязанная тишина пронизывает не только жизнь Служанок, но и общество в целом. «Безмолвие» – официальная доктрина Галаада, поддерживаемая псевдобиблейским авторитетом: «Блаженны безмолвные» – еще один постулат, самовольно добавленный идеологами тоталитарного государства к библейским «Заповедям блаженства» (Этвуд 2010, с.102).

Безмолвие сопровождает и жену Командора, Яснораду, когда-то пылкую проповедницу, теперь вынужденную самой поступать согласно проповедям: «Жена да учится в безмолвии, со всякою покорностью; а учить жене не позволяю, ни властвовать над мужем, но быть в безмолвии» (Этвуд 2010, с.258-259). Тишина становится постоянным спутником не только женщин. Тишина и безмолвие окружают и Командора, оставшегося наедине со своими сомнениями и разочарованием: «И все же какой ад — вот так быть мужчиной. Какое безмолвие» (Этвуд 2010, с. 115).

Несомненно, это безмолвие в романе не тотально, поскольку ситуации общения за пределами установленных норм все же возникают. В «Иезавели», нелегальном публичном доме, Фредова встречает Мойру, свою бывшую подругу. Мойра по-прежнему говорит без обиняков, сохранила остроту языка, и Фредова наслаждается этой уникальной возможностью общаться с кем-то свободно и открыто, однако и эта свобода – иллюзорна. Их диалог с Мойрой не интересует доносчиков и тайную полицию лишь потому, что Мойре, по сути, уже вынесен приговор: ее роль проститутки – роль пожизненно заключенной, и она сама знает, что из этой тюрьмы для нее не будет выхода.

Столь же иллюзорна и свобода общения с Командором, который втайне от супруги приглашает свою Служанку к себе в кабинет, чтобы беседовать с ней о прошлом и сражаться в игру «Эрудит». Слушая Фредову, он, на самом деле, не слышит ее: попытки героини донести до Командора чудовищную суть происходящего оказываются бессмысленными. Он лишь наслаждается общением со Служанкой, как «запретным плодом», испытывая смесь удовольствия и мальчишеского страха разоблачения: «Это как на свидании. Это как возвращаться в пансион после закрытия. Это заговор» (Этвуд 2010, с.159). Это разоблачение, ничем не грозящее лично ему, может стоить Фредовой жизни, как уже стоило ее предшественнице: «Она повесилась. В твоей комнате. Яснорада узнала. <...> Если псина умерла, заведи другую» (Этвуд 2010, с.212).

Однако, вынуждая всех членов общества сводить речевое взаимодействие к навязанным социальными ролями стереотипам, тоталитарный режим все же не в состоянии подавить проявления личностного начала. Общение за пределами условностей и ритуалов само по себе становится бунтом в зародыше, хотя и оказывается сопряженным с риском для жизни. Не случайно именно короткий диалог с помощью нормированных государством реплик между Служанками на прогулках постепенно перерастает в обмен информацией о Соппротивлении, которое хотя и не свергает тоталитарный режим в романе, но отзывается робкой надеждой на возможность подобного исхода событий.

Проявлением бунтарского начала становятся и отношения, возникающие между Фредовой и шофером Ником. Начинаясь как сговор между ними и женой Командора Яснорадой с целью обмана Командора (поскольку сам он, видимо, также бесплоден, настоящим отцом ребенка Фредовой должен стать Ник), связь между Служанкой и Ником перерастает в чувство подлинной любви и преданности. Не случайно впоследствии становится ясно, что сам Ник – один из участников Соппротивления.

В общении с Ником героиня способна не только раскрыться как личность, но и впервые преодолеть барьер безмолвия, навязанный ей тоталитарным государством: «Слишком много болтаю. Говорю ему такое, что говорить нельзя». Символом перехода на новый уровень общения становится то, что Фредова называет возлюбленному свое «тайное», то есть настоящее, имя: «Я говорю ему, как меня зовут по правде» (Этвуд 2010, с.301).

Сам факт, что героине в романе навязывается другое имя, а, вернее, наименование, указывающее на ее подчиненное, зависимое положение, является достаточно характерным для антиутопии. Б. Ланин называет подобное явление «квазиноминацией» (Ланин 1995, с.157). Квазиноминация или вообще лишенность имени – еще одна грань деперсонализации личности, включения ее в единую систему государства и сведения к определенной общественной функции: «Меня зовут не Фредова, у меня есть другое имя, которым меня теперь никто не зовет: запрещено. Я говорю себе, что это неважно, имя – как телефонный номер, полезно только окружающим; но то, что я себе говорю, – неверно, имя важно. Я храню значение этого имени, точно клад, точно сокровище, и когда-нибудь я вернусь и его откопаю. Я считаю, оно похоронено» (Этвуд 2010, с.96).

Именно подлинное имя героини становится в финале романа своеобразным паролем, позволяющим ей разобраться, где друг, а где враг: Ник, спасая

возлюбленную, называет ее настоящим именем и произносит пароль Сопротивления (Этвуд 2010, с.326).

Но сама Фредова видит возможность выхода из этого состояния безмолвия, отсутствия личностного общения и взаимодействия, как ни парадоксально, не во внешнем бунте и участии в Сопротивлении. Для нее, чья речь, по ее собственному меткому выражению, «ампутирована», существует особый выход – обращенный к возможному слушателю монолог, своеобразная реконструкция происходящего и одновременно его осмысление. Фредова, понимая ничтожность шансов на то, что ее повествование о Галааде, изложенное на магнитофонных кассетах, найдут, все же хочет верить в то, что будет услышана и понята, как сама она понимает послание, оставленное ей на латыни в книжном шкафу ее безымянной предшественницей: «Не позволяй ублюдкам доконать тебя».

Именно подобная обращенность к другому человеку, другой личности, способной понять и принять ее сокровенные мысли, чувства и потребности, кажется ей самой (и, по сути, является) залогом эмоциональной, нравственной и духовной целостности, сохранения человеческой индивидуальности в мире, который стал бесчеловечным, или, по словам К. Хоуэлз, «знаком сопротивления заключению в безмолвие, равно как и основным средством ее психологического выживания. В процессе реконструкции себя в качестве личности Фредова становится важнейшим историком Галаада» (Howells 1996, с.127).

Отказываясь (хотя бы в своем внутреннем пространстве) от языка власти, Фредова тем самым понимает, что сама обладает властью, и это власть языка. Это позволяет ей реконструировать реальное, а не «подтасованное» прошлое, размышлять о настоящем и мечтать, пусть и, возможно, несбыточно, о собственном будущем, отличном от предвкусений и чаяний государства.

Ланин Б. Жизнь в антиутопии: государство или семья? / Б. Ланин // Общественные науки и современность. – 1995. – №3 – С. 149-160.

Плаксицкая Н. А. Реализация жанровых признаков антиутопии в романе Т. Толстой «Кысь» / Н. А. Плаксицкая // Philologos. – 2008. – Т. 1-2. – № 4. – С. 162-172.

Тузовский И. Д. Светлое завтра? Антиутопия футурологии или футурология антиутопий / И. Д. Тузовский. – Челябинск : Челябинская государственная академия культуры и искусств, 2009. – 312 с.

Шадурский М. И. Литературная утопия от Мора до Хаксли: Проблемы жанровой поэтики и семиосферы. Обретение острова. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 160 с.

Шишкина С. Г. Истоки и трансформации жанра литературной антиутопии в XX в. / С. Г. Шишкина. – Иваново : Ивановский государственный химико-технологический университет, 2009. – 230 с.

Этвуд М. Рассказ Служанки / М. Этвуд. – М. : Эксмо, 2010. – 352 с.

Howells C. A. Margaret Atwood / C. A. Howells. – London : Macmillan Private Limited, 1996. – 256 p.

Категории интертекстуальности и интерсубъективности в трудах Ю. Кристевой

Ю. Кристева впервые употребила термин «интертекстуальность» в статье 1967 года «Бахтин, слово, диалог, роман», толчком к созданию которой явились работы М. Бахтина.

Идеи русского ученого о «чужом слове» оказалась созвучна духовной атмосфере, которая сложилась в тот период в среде европейских интеллектуалов, поскольку содержала в себе стремление перейти от замкнутости абсолютных истин к новой многомерной парадигме мышления, основанной на культурном плюрализме, стремление, которое было близко представителям постструктурализма с их неприятием принципа монологической истины, воплощенном для них как в идее давления политических институтов, так и в характерной для структуралистов идее системной упорядоченности мира. В дальнейшем она продолжала активно интерпретировать творчество Бахтина в работах «Семиотика. Исследования по семанализу» (1969), «Разрушение поэтики» (1970), «Революция поэтического языка. Авангард в конце XIX столетия: Лотреамон и Малларме» (1974) и других. Ю.Кристева поставила своей целью познакомить французскую научную общественность с идеями русского лингвиста и критика литературы, имя которого на тот момент в мире было известно мало.

Развивая теорию Бахтина, она справедливо заявила, что, анализируя текст, нужно рассматривать литературное высказывание «не как точку (устойчивый смысл), а как место пересечения текстовых плоскостей, как диалог различных видов письма – самого писателя, получателя (или персонажа) и, наконец, письма, образованного нынешним и предшествующим культурным контекстом» (Кристева 2004, с. 479). Как заметила исследовательница, сам интертекст возникает как результат процедуры «чтения-письма». Писатель считывает чужие дискурсы, и потому «всякое слово (текст) есть такое пересечение других слов (текстов), где можно прочесть по меньшей мере еще одно слово (текст)» (Кристева 2004, с. 450). Кристева указала, что «любой текст строится как мозаика цитаций, любой текст есть продукт впитывания и трансформации какого-нибудь другого текста, тем самым на место понятия интерсубъективности встает понятие интертекстуальности» (Кристева 2004, с. 167). В силу этого, по образному выражению исследовательницы, «личность субъекта письма начинает тускнеть» (там же, 170), уступая место «безличной продуктивности текста» (Кристева 2004, с. 240), благодаря которой последний наделяется практически автономным, независимым от воли автора существованием.

Таким образом, Кристева в своих научных изысканиях следует за идеями Бахтина, но предлагают их прочтение в контексте той системы взглядов на знак и текст, которая сформировалась в среде французских постструктуралистов 1960-х – 1970-х годов, прежде всего в работах Ж. Дерриды, философские воззрения которого, по мнению многих исследователей (Дж. Клейтон, Е. Ротштейн, И.П. Ильин, Н.А. Фатеева, Г. Аллен и др.), стали базой литературоведческой концепции интертекстуальности.

В традиционной концепции знака, разработанной швейцарским ученым Ф. де Соссюром, значение выводилось из отношений означающего и означаемого, которые мыслились как тесно связанные между собой (фр. *significance* – означение) (Соссюр 1977, с. 98-100). Мысль о невозможности или, по крайней мере, затрудненности перехода от означающего к означаемому, которые разделены временным и пространственным интервалом, впервые прозвучала у Ж. Лакана, а свое классическую разработку получила в трудах Ж. Дерриды. Утверждение автономности плана выражения приводит к потере его связи с означаемым и утверждению, что никакой знак не может достоверно явить истину, идейное содержание, он может обозначать не явление, а лишь след этого явления, не предмет, а лишь его отсутствие. Поэтому акцент делается на отношения знаков, преимущественно игровые. Принципом, связывающим текст, служит отныне процесс означивания (фр. неологизм – *signifiance*), который выводится из связей одних только означающих. Отказавшись от интерпретации текста как сугубо лингвистического феномена и распространив это понятие на неязыковые семиотические объекты, Деррида демонстрирует, что каждая реальность является текстовой по своей структуре: литература, культура, общество, история, сознание человека, в том числе автора и читателя. «Внетекстовой реальности вообще не существует» (Деррида 2000, с.313), – заявляет Деррида.

Для Ю. Кристевой, характерно, на наш взгляд, «расширенное» понимание интертекстуальности как имманентного свойства текста вообще. При этом каждый текст рассматривается как интертекст по отношению к другим текстам, а интертекстуальность оказывается неотделимой от текстуальности. Исследования Ю. Кристевой интертекстуальности имеют важное значение для современных лингвистических исследований.

Кристева, Ю. Избранные труды /Ю. Кристева – М.: Роспект, 2004. – 652с.

Соссюр Ф. Труды по языкознанию / Ф. Соссюр/ [пер. с франц. под ред. А.А. Холодовича]– М.: Прогресс, 1977. – 695с.

Деррида Ж. О грамматологии /Ж.Деррида – М.: Ad marginem, 2000. – 511с.

Деррида Ж. Письмо и различие /Ж.Деррида – СПб.: Академ. проект, 2000. – 430с.

Деррида, Ж. Голос и феномен: и другие работы по теории знака Гуссерля /Ж.Деррида – СПб: Алетейя, 1999. –208с.

Ю.И. Коновалова

Представители Лондонского «Общества»

в их внутренних и внешних контактах

(по роману Ч. Диккенса «Наш общий друг»)

В своем последнем завершенном романе «Наш общий друг» (1865 г.) Диккенс поднимает проблему подлинных нравственных ценностей, что характерно для всех произведений автора. Проблема испытания богатством решается и при изображении персонажей, симпатичных автору (Боффины, Белла, Джон Гармон), и при изображении особого круга действующих лиц, которых автор в последней главе именует «Обществом».

Прибегая к образной характеристике, писатель в одной из глав называет представителей этого «Общества» «всякого рода пресмыкающимися, ползучими, порхающими и жужжащими тварями, привлеченными золотой пылью Золотого Мусорщика!» (Диккенс 2011, с.246) (т.е. Боффина, получившего наследство). Это супруги Лэмл, Вениринги, Подснепы и др.

В социальном плане все эти персонажи охарактеризованы достаточно кратко, они состоятельны или претендуют на состоятельность, занимают видное положение в обществе (например, Вениринг ненадолго стал членом парламента). Подробной их социальной характеристики автор не дает. На первый план выступает нравственная оценка этих персонажей, которая наиболее ярко проявляется в особенностях их общения.

При изображении коммуникации этих персонажей автор прибегает к двум приемам. Один из них – это авторские комментарии, оценки, откровенное авторское сопоставление поведения героев и их высказываний, а второй – самовыражение героя в слове, что мы видим в монологах и диалогах.

В основе взаимоотношений представителей «Общества» лежит лицемерие, плетение интриг, обман и снобизм, что проявляется и в конкретных поступках, и в речевой коммуникации. Так, целую сюжетную линию составляет задуманная супругами Лэмл интрига. Они используют наивную дочь Подснепа, хотят свести ее с Фледжби, надеясь получить выгоду. Другой пример, когда миссис Лэмл пытается убрать с пути мешающего ей Роксмита, рассказав о его любви к Белле Боффину.

Самовыражение героев в слове проявляется, в первую очередь, в обилии речевых штампов, которые свидетельствуют о неразвитости личности, о следовании условностям. Так, например, когда Подснеп приходит в дом Венирингов, он четыре раза подряд повторяет одну и ту же фразу: «Весьма рад случаю, весьма рад!» (Диккенс 2011, с.13). Он также задает множество вопросов, которые на самом деле его не интересуют, он даже не дожидается ответа: «Как вы поживаете? Очень рад с вами познакомиться! У вас тут прелестный домик. Надеюсь, мы не опоздали?» (Диккенс 2011, с.13).

Еще одной интересной особенностью общения представителей «света» является коммуникация не ради самого общения, а ради выполнения определенных светских «ритуалов». Зачастую хозяева даже не знают своих гостей. «И он тут же знакомит дорогого Твемлоу с двумя своими друзьями, мистером Бутсом и мистером Бруэром; причем Твемлоу ясно, что хозяин дома и сам не знает, который из них Бутс, а который — Бруэр» (Диккенс 2011, с.12). Гости отвечают хозяевам взаимностью: «Замечательно то, что за столом Венирингов никто из гостей не обращает внимания на самих хозяев, и если есть что рассказать, предпочитают обычно рассказывать кому-нибудь другому» (Диккенс 2011, с.19). Общество характеризуется также отношением к людям как к предметам обстановки. Обращаясь к своей новорожденной дочери, Вениринг говорит, «с умилением кивая этому новому предмету обстановки» (Диккенс 2011, с.12). Подснеп тоже относится к дочери как к неодушевленному предмету: «...был бы крайне удивлен, если б ему сказали, что мисс Подснеп, да и всякую другую молодую особу надлежащего происхождения и воспитания, нельзя укладывать и убирать, как серебро, выставлять напоказ, как серебро, шлифовать, как серебро, подсчитывать, взвешивать и оценивать, как серебро» (Диккенс 2011, с.171).

Самовыражение персонажа в слове проявляется и в диалогах. Наиболее характерны диалоги супругов Лэмл, которые вступили в брак, обманывая друг друга, будучи убежденными, что партнер обладает состоянием.

«— Если вы так неудачно охотились за приданым и сами себя обманули; если по своей алчности вы слишком легко поверили внешнему блеску, то чем же я виновата, — вы, авантюрист? — очень резким тоном говорит жена.[...]

— Вопрос за вопрос. Теперь опять моя очередь, миссис Лэмл. Кто это вам внушил мысль, что я человек состоятельный? [...]

— Я спросила Вениринга.

— А Вениринг знает обо мне не больше, чем о вас, и не больше, чем другие знают о нем» (Диккенс 2011, с.149).

Этот диалог раскрывает вражду между супругами. Однако в других ситуациях, когда дело касается выгоды, Лэмлы отлично друг друга понимают.

Автор также использует несобственно-прямую речь для передачи иронического отношения к персонажу:

«Мистер Лэмл гордился тем, что эта особая рекомендация позволит ему скорее заслужить внимание мисс Подснеп. Но если бы мистер Лэмл был склонен ревновать милую Софронию к ее друзьям, то, уж конечно, ревновал бы ее к мисс Подснеп» (Диккенс 2011, с.170).

Самораскрытие героя в слове проявляется также в снобизме Подснепа. Англию он ставит выше всех стран: «Ни одна страна не пользуется таким покровительством свыше, как Англия» (Диккенс 2011, с.159). Другие же страны он не берет в расчет: «...привычным взмахом правой руки он отбросил в небытие всю остальную Европу, а за нею и всю Азию, Африку и Америку» (Диккенс 2011, с.160). Неприятные для него темы Подснеп тоже прекращает, игнорируя нежелательные факты. «...предмет разговора весьма неприятен. Я пойду дальше — скажу даже, что он омерзителен. Не такой предмет, о котором можно упоминать в присутствии наших жен и молодых особ, и я... — он закончил фразу взмахом руки, который говорил яснее всяких слов: «И я его стираю с лица земли»» (Диккенс 2011, с.169-170).

Снобизм также проявляется по отношению к окружающим. Подснеп считает, что все должны относиться к ним хорошо, потому что это его знакомые. При этом его волнуют не люди, а собственная значимость. «...он не переносил даже намек на пренебрежительное отношение к своим друзьям и знакомым. «Как вы смеете! — казалось, говорил в таких случаях мистер Подснеп. — Что это значит! Я одобряю этого человека. Этот человек аттестован мною. Поднимая руку на этого человека, вы поднимаете руку на меня, Подснепа Великого. Я не так уж пекусь о достоинстве этого человека, мне важно соблюсти достоинство Подснепа». И, следовательно, если б кто-нибудь осмелился сомневаться при нем в Лэмлах, он почувствовал бы себя глубоко оскорбленным. В сущности говоря, таких скептиков и не находилось, ибо Ч. П. Вениринг — весьма солидный авторитет — утверждал, что они люди состоятельные, и, возможно, верил этому сам. А, собственно, почему бы ему и не верить, если он попросту ничего о них не знал?» (Диккенс 2011, с.30-303). Здесь мы видим монолог, включающий и прямую речь, и несобственно-прямую.

Авторское отношение к представителям света и характеру их общения проявляется в приеме иронического восхваления, к которому постоянно обращается писатель. «И кто еще так очарователен и больше подходит друг к

другу, как не супруги Лэмл: он — сплошной блеск, она — сплошная грация и томность, — оба блистают в разговоре, время от времени обмениваясь взглядами, словно партнеры за карточным столом, вдвоем ведущие игру против всей Англии» (Диккенс 2011, с.162). Здесь Диккенс дает намек на то, что супруги что-то замышляют, а также на то, что внешнее не соответствует внутреннему.

Начиная с иронического восхваления, Диккенс переходит к резкой авторской характеристике, к срыванию масок. «Приятно было смотреть, как грациозно супруги Лэмл прощались с хозяевами и как нежно и любовно они поддерживали друг друга, спускаясь с лестницы. Менее приятно было видеть, как их улыбающиеся лица вытянулись и нахмурились, когда супруги угрюмо расселись по углам своей кареты. Но это зрелище, разумеется, было уже за кулисами; его никто не видел, и оно не предназначалось ни для чьих глаз». Автор прямо противопоставляет общение супругов на людях и между собой, подчеркивает несоответствие слов и поступков.

Итак, мы видим, что общение представителей «света» изображается в романе двумя способами. Это самовыражение персонажа в слове, например, речевые штампы, проявления цинизма, самоуверенности, снобизма, а также авторские комментарии, раскрывающие интригу и лицемерие как формы общения.

Диккенс Ч. Наш общий друг/Ч. Диккенс – М.: Астрель, 2011 – 959 с.

Ю.В.Перелыгина

Слово и молчание в рассказе «Женщина с острова Бали» Ю. Херманн

В современной литературе большое внимание исследователей уделяется проблемам слова и молчания, смыслу этих феноменов и их значению в конкретном произведении. Появляются специальные классификации, позволяющие отграничить наполненные смыслом речи персонажей от лишенных такового, отличить просто молчание от слова-молчания. Например, М.Ю. Каменева выделяет слово-смысловое, слово-молчание и слово-пустословие. «Внешнее, фальшивое, слово-пустословие озвучивает внешние – ложные, разъединяющие людей, обесмысливающие и разрушающие <...> устои жизни» (Каменева 2010, с. 127).

На примере рассказа молодой немецкой писательницы Ю. Херманн «Женщина с острова Бали» мы рассмотрим внутренние и внешние диалоги персонажей с целью определить основные темы их разговоров и понять, что преобладает в них: слова, наполненные смыслом, пустые слова или молчание. Необходимо уточнить, что у молчания и речи есть общий предмет. Невозможность говорить о чем-то делает возможным молчание о том же самом. Беззвучие может являться дальнейшей формой разговора и дополнять сюжет, и развивать его (Эпштейн 2005).

Рассказ «Женщина с острова Бали» выбран нами неслучайно. Здесь можно наблюдать различные виды слова и молчания. Так как рассказ написан от первого лица, внутри героини постоянно идет внутренний диалог с другим

человеком, который «принял не те наркотики» и потому не хотел никуда идти. Она делится с ним своими переживаниями, впечатлениями о зиме и мучается невозможностью что-то высказать: «На языке у меня слово, которое я не могу выговорить. Какое-то беспокойство, знаешь? Ты знаешь. Ты скажешь: то, что не имеет имени, называть не стоит» (Герман 2009, с.91). Примечательно, что и заканчивается повествование почти такими же словами – о присутствии какого-то слова, которое невозможно произнести.

Сама история, которую рассказывает героиня, трагична, и исповедальная форма только более накаляет ситуацию. Компания молодых людей отдыхает, их разговоры, казалось бы, самые обыкновенные, бытовые. «Кристиана влюбилась», <...> «Тоже мне новость», потом мы молчали, слышен был звук телевизора» (Герман 2009, с. 92). Но мотив холода («было очень холодно», «холодно», «было и вправду холодно», «вдохнула холодный воздух», «заиндевелившие маленькие стаканы») и молчания («наши голоса на пустой улице звучали до смешного глухо, и мы ничего больше не говорили» (Герман 2009, с. 93)) позволяет нам понять, что героям неуютно друг с другом. Даже с водителем такси, которому принято «изливать душу» и рассказывать о сокровенных мыслях и чувствах, они не желают говорить.

Даже водка, выпитая большими глотками в театре, не помогает раскрепоститься молодым людям. Каждый думает о своем. У героини в голове сумбур: «Я <...> думала о бесчисленных режиссерах и драматургах, актерах и театральных художниках, <...> я думала об их голосах, <...> о ночном стуке в дверь, о разбитых стаканах и непрочитанных письмах; я думала о том, что всегда чего-то не хватало и что в этот раз тоже не хватит, я думала о тебе, <...>, что нас с тобой тоже не хватило» (Герман 2009, с. 95). Мы понимаем мотивы рассказчицы, ее внутреннее течение мысли. В данном случае молчание означает невозможность высказать мысль и неуверенность в том, что кто-то будет слушать. Робкая просьба Маркуса Вернера: «Поговорим?» вызывает резкий отказ.

Кульминация рассказа выражена в одной фразе: «Я этого не выдержу», оброненной одним из приятелей героини Маркусом Вернером. Эти слова, как мы знаем, выражают самые разные состояния человеческой души; чаще всего – выражение скорби. Они находят отклик у рассказчицы, она понимает, что между ней и возлюбленным все кончено: «...хотя я знала, что понимать тут нечего» (Герман 2009, с. 96). Несмотря на это, она жаждет хоть какого-нибудь слова, не представляя, какого именно. Складывается впечатление, что у остальных персонажей рассказа скупость слов и молчание также связаны с плохим душевным самочувствием. «Как дела», спрашивают Кристиану, и она отвечает – «Хреново. Хреновые дела» (Герман 2009, с. 100). На восклицание Вернера «Что мы тут делаем?» никто не обращает внимания. Женщина с острова Бали рассказывает анекдоты, но ее никто не слушает: Кристиана плачет, а Маркус спит.

В рассказе «Женщина с острова Бали» диалоги служат лишь дополнением, основные же коллизии сюжета происходят внутри героев, в их напряженных диалогах с отсутствующими людьми. Им есть много что сказать, но надо ли это собеседнику? Подобные тенденции можно наблюдать и в других рассказах Ю. Херманн.

Герман Ю. Летний домик, позже / Ю. Герман; пер. с нем. А.М. Мильштейна. – М. : ОГИ, 2009. – 240 с.

Каменева М.Ю. Слово-смысловое, засловесное молчание и противопоставленное им слово-пустословие в нравственном учении Л.Н. Толстого / М.Ю. Каменева // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2010. – № 4. С. 127-133.

Эпштейн М. Слово и молчание в русской культуре // Звезда. – 2005. – № 10. URL: <http://magazines.russ.ru/zvezda/2005/10/ep12.html> (дата обращения 25.02.15).

Языковое сознание

О. Е. Виноградова

Сопоставление результатов описания значения слова разными методами

Наиболее полное и адекватное описание содержания значения слова требует сопоставления и обобщения данных, полученных в результате применения различных методов описания значения языковой единицы. В работе приводятся результаты сопоставления данных, полученные в ходе исследования семантики существительных, принадлежащих к частотному ядру русского языка, разными методами: методом обобщения словарных дефиниций толковых словарей, методом свободного ассоциативного эксперимента, методом ассоциативного эксперимента по направляющим вопросам, методом субъективной дефиниции. Цель статьи – сопоставить полученные результаты, выявить преимущества и недостатки использованных методов описания семантики слов.

Нами использовались следующие методы: метод обобщения словарных дефиниций (5 толковых словарей), метод свободного ассоциативного эксперимента (200 испытуемых), метод ассоциативного эксперимента по направляющим вопросам (100 испытуемых), а также метод субъективной дефиниции (100 испытуемых). Ассоциативные эксперименты проводились в разных группах испытуемых, число которых составили студенты Воронежского государственного университета, их родственники и знакомые.

Метод обобщения словарных дефиниций направлен на получение максимально полного описания значения исследуемого слова в системе языка на базе всей совокупности имеющихся толковых словарей с дифференциацией современных и устаревших значений в его смысловой структуре. Алгоритм описания лексикографического значения методом обобщения словарных дефиниций описан в работе (Стернин 2014). В результате обобщения словарных дефиниций формулируется унифицированное лексикографическое значение -

При обобщении лексикографических значений определялся совокупный индекс словарной фиксации значения (СИСФ) как количество фиксаций данного значения в обследованных словарях к общему числу обследованных словарей.

Для психолингвистических значений определялись индексы яркости отдельных сем (ИЯ) и совокупный индекс яркости психолингвистического значения (СИЯ).

Индекс яркости семы (Рудакова, Стернин 2011) вычисляется как отношение количества испытуемых, актуализировавших (вербализовавших) данную сему в экспериментах, к общему числу испытуемых.

Вычисленные индексы яркости сем позволяют вычислить и совокупный индекс яркости отдельных значений (СИЯ). Данный индекс введен в работе «Психолингвистическое значение и его описание» и вычисляется как сумма индексов яркости всех образующих значение сем, что позволяет выделить более и менее яркие, ядерные и периферийные значения в семанте слова и ранжировать их по яркости (Стернин И.А., 2014).

Совокупный индекс яркости отдельного значения слова показывает относительную яркость значения в той или иной семанте – высокий индекс яркости показывает, что данное значение актуально для языкового сознания носителей языка.

Значения, выявленные в ходе лексикографического и психолингвистических исследований, были обобщены в сопоставительной таблице следующим образом:

1. унифицированные лексикографические значения исследуемой языковой единицы заносятся в первый столбец таблицы с указанием индекса словарной фиксации;

2. семы, выявленные в ходе эксперимента с использованием вопросов-стимулов, объединяются в отдельные группы, исходя из их денотативной отнесенности к определенному значению. Этим значениям дается отдельная формулировка, которая приводится в таблице во втором столбце перед перечислением всех сем, относящихся к данному значению. Каждое значение приводится с указанием совокупного индекса яркости.

3. в третьем столбце таблицы приводятся значения и их компоненты, выявленные методом направленного ассоциативного эксперимента методом субъективной дефиниции. Для каждого значения указывается совокупный индекс яркости;

4. семы, выявленные в ходе свободного ассоциативного эксперимента, объединяются в отдельные группы, исходя из их денотативной отнесенности к определенному значению. Этим значениям дается отдельные формулировки, которые записываются в четвертый столбец таблицы с перечислением всех сем, относящихся к данным значениям, с указанием совокупного индекса яркости.

Приведем пример сопоставительной таблицы, в которой представлены все выявленные в исследованиях значения слова друг.

Таблица 1

Результаты описания семантики слова *ДРУГ* разными методами

Лексикографи-ческие значения (по пяти толковым словарям)	Субъективная дефиниция (100 испытуемых)	Значения, выявленные в эксперименте по вопросам (100 испытуемых)	Свободный ассоциативный эксперимент (538 испытуемых)
1. Близкий человек, с	Близкий человек, с	Близкий человек, с	Близкий человек, с

кем тесно связан дружбой	кем тесно связан дружбой	кем тесно связан дружбой	кем тесно связан дружбой
	<p>близкий человек 19, товарищ 10; поддержка; человек, которому можно доверять 3; брат, верный товарищ; на которого можно положиться, опора, родной человек; человек, которому доверяешь 2; верность, интересов; человек, с которым можно поделиться; важная часть человека, напарник, отражение себя; человек, готовый помочь тебе в трудную минуту; приятный человек; самый близкий человек, необязательно из родственников; соратник, хороший человек, человек, которому можно доверить тайну; человек, для которого ты важен, и который важен тебе; верный человек; человек, которому ты доверяешь все; доверенное лицо с общими интересами; человек, который тебе всегда поможет и который вечно тебя подкалывает; человек, разделяющий твои увлечения; поддержка и хобби; человек, способный искренне радоваться за кого-то; человек, с которым приятно общаться и есть общие интересы; человек, с которым хочется общаться; это человек, с которым ты в хороших отношениях</p>	<p>мой 69, верный 28, человека 24, детства 18, лучший 16, друга 13, семьи 8, хороший 8, надежный 6, его 5, близкий 4, веселый, искренний, моего друга, преданный, отзывчивый 3, настоящий, добрый, друг моих друзей, жизни, молодости, соседа, твой 2, брата, братвы, всех, другого друга, друзей, его, жены, кого-то близкого, личности, меня, моего приятеля, мы, на всю жизнь, надежность, никого, общий, отца, папы, пацана, преданный, президента, родной, сильный, товарища, чей-то, юности 1</p>	<p>верный 69, враг 47, детства 33, мой 28, товарищ 27, лучший 20, собака 17, близкий, хороший 16, брат, подруга 10, единственный, надежный, настоящий, недруг 9, закадычный 8, детство, человека 5, любимый, приятель, старый, семьи 4, большой, верность, преданный 3, брат, всю жизнь, дружба, и враг, навеки, навсегда, рядом, ушел 2, бесценный, близкий по духу, близкий человек, будет, вечный, вместе, всегда, выручать, говорит, до гробовой доски, добрый, доверяю, дорогой человек, друга, друзей, защита, и брат, и недруг, измена, или больше, или враг, которого уважаю, крепкий, липовый, ложный, мама, на всю жизнь, не до гроба, надежность, не враг, не оставит в беде, недоверие, незаменимый, нужный, общий, однокашник, отличный, первый, письма, по парте, погиб, покойный, понимание, постоянный, прекрасный, редкий, редко, родной, рыжий, самый близкий человек, самый дорогой человек, самый лучший, собрат, собутыльник,</p>

	1		советчик, твой , товарищ, тупой, уехал, улыбка, умер, умный, хороший человек, хуже врага, чей, школьный, это друг 1
СИСФ 1	СИЯ 0,61	СИЯ 2,53	СИЯ 0,85
2. приверженец, защитник интересов, взглядов; сторонник кого-либо	приверженец, защитник интересов, взглядов; сторонник кого-либо поддержка 3, защита 2	приверженец, защитник интересов, взглядов; сторонник кого-либо природы 12, компьютера, машины 3, животных, друг молодежи, общества, счастья 2, веселого времяпрепровождени я, зверей, книг, книги, мира, мысли, надежды, ничего, одиночества, работы, собаки, радости, чести 1	приверженец, защитник интересов, взглядов; сторонник кого-либо. близкий по духу, защита, зверей 1
СИСФ 1	СИЯ 0,05	СИЯ 0,39	СИЯ 0,005
3. То, что способствует нормальной жизнедеятельности человека, помощник (разг.)	То, что способствует нормальной жизнедеятельности человека, помощник поддержка, помощник 3	То, что способствует нормальной жизнедеятельности человека, помощник человека 24, жизнь, людей, человечества 1	То, что способствует нормальной жизнедеятельности человека, помощник жизни 3, врач, машина, помог, помощь, прогулка, телефон 1
СИСФ 0,4	СИЯ 0,06	СИЯ 0,27	СИЯ 0,017
4. Любимый человек	–	Любимый человек подруги 4, её 3, сестры 2, друг мамы 1, сердца 1	Любимый человек любовь 2, желанный, женщина, любовник, мальчик, парень 1
СИСФ 0,6		СИЯ 0,11	СИЯ 0,013
5. незнакомый человек, некто мужского пола	незнакомый человек, некто мужского пола человек 12, персона 3	–	незнакомый человек, некто мужского пола человек 4, он 1
СИСФ 0,02	СИЯ 0,15		СИЯ 0,009
6. дружественное или близкое лицо (употребляется в обращении) разг.	–	–	дружественное или близкое лицо милый 12, сердечный 4, дорогой 2,

СИСФ 0,6			любезный, обращение 1 СИЯ 0,037
–	–	–	Доминирующий в жизни скука, одиночество 1 СИЯ 0,003
–	–	Спонсор сестры 2, школы 1 СИЯ 0,03	–
–	–	–	Человек, оказавшийся в том же положении, что и говорящий по несчастью 2, по печали 1 СИЯ 0,006

Таблица 2

Количественное соотношение значений частотных существительных, обнаруженных в ходе проведенных исследований разными методами.

	Количество значений, выявленных при обобщении словарных дефиниций	Количество значений, выявленных методом субъективной дефиниции	Количество значений, выявленных в НАЭ по вопросам-стимулам	Количество значений, выявленных в САЭ	Всего выявленных разных значений разными методами
дело	35	6	24	26	39
жизнь	14	9	11	13	16
день	10	5	8	9	11
слово	15	5	9	10	17
место	19	7	16	18	22
вопрос	12	8	10	12	15
лицо	14	6	12	13	16
друг	6	4	5	8	9
сторона	20	13	20	19	24
дом	19	9	16	17	22
голова	19	8	15	18	23
город	8	6	5	8	11
женщина	6	7	7	11	11
вода	15	4	9	13	17
война	5	4	7	7	8
жена	2	1	2	2	2

Сопоставление полученных результатов показывает следующее.

Обобщение словарных дефиниций выявляет больше значений, чем каждый отдельный словарь. Таким образом, обобщение словарных дефиниций следует рассматривать как обязательный этап первоначального этапа описания значений в языке.

Ни один из использованных методов не выявляет все значения исследуемого слова в языке.

Всего совокупностью использованных методов было выявлено больше значений каждого слова, чем каждым отдельным методом (за исключением слова *жена*). Таким образом, необходима комбинация разных методов с учетом их сильных и слабых сторон.

Обобщение лексикографических описаний и получение интегрированного лексикографического описания смысловой структуры слова позволяет выявить наиболее устоявшиеся в системе языка значения, подтвержденные примерами их текстового употребления, как современные, так и уже устаревшие или устаревающие, поскольку такие значения принято фиксировать в толковых словарях.

Экспериментальные методы показывают, какие значения слова актуальны для языкового сознания, используются в реальном употреблении на современном этапе развития языка и какую психологически реальную семную структуру они имеют.

Эксперимент на субъективную дефиницию эффективно выявляет основные, центральные значения слова, которые являются наиболее актуальными для языкового сознания и ядерными для смысловой структуры слова.

Свободный ассоциативный эксперимент и направленный ассоциативный эксперимент по вопросам-стимулам выявляют наибольшее количество сем, что дает возможность формулировать отдельные значения исследуемого слова в опоре на самые яркие семы.

Наиболее близкими к совокупному результату описания семантики лексических единиц оказались метод свободного ассоциативного эксперимента и метод направленного ассоциативного эксперимента по вопросам-стимулам.

Лексикографические значения, которые были подтверждены в психолингвистических экспериментах, являются актуальными для современного языкового сознания; соответственно, можно предположить, что те лексикографические значения, которые не нашли своего подтверждения в экспериментах, являются устаревшими или периферийными для смысловой структуры слов.

Психолингвистических значений слова, то есть значений, выявленных в ходе ассоциативных экспериментов, выделяется больше, чем лексикографических. Очевидно, что психолингвистические значения более адекватно отражают современное языковое сознание.

Экспериментальные методы дают возможность через вычисление индексов яркости семем и сем сопоставить отдельные значения и семы по их значимости и месту, занимаемому в структуре семантемы и семемы.

Значения, совпадающие по результатам применения всех методик, являются наиболее актуальными для языкового сознания и ядерными для смысловой структуры лексем.

Таким образом, методы психолингвистического и лексикографического описания значения слова дополняют друг друга, так как дают несовпадающие

описания значений одной и той же языковой единицы. Интеграция результатов, полученных в ходе использования разных методов, позволяет получить углубленные, релевантные для психологической реальности языкового сознания описания значений исследуемого слова.

Левицкий В. В., Стернин И.А. Экспериментальные методы в семасиологии.- Воронеж: Издательство ВГУ, 1989.

Рудакова А.В., Стернин И.А. Психолингвистическое значение и его описание.- Lambert , 2011.

Стернин И.А. Денотативная дифференциация и метаязыковая модификация словарных дефиниций при обобщении лексикографических значений // Культура общения и ее формирование. - Вып.29. – Воронеж: «Истоки», 2014.

А.С. Довженко, С.В. Колтакова, А.А.Терпугов

Национальная специфика семантики тематической группы «Оружие» в русском и английском языках

В рамках сопоставительно-параметрического метода (Стернин, Стернина 2010, с.3) нами был проведен сопоставительный анализ тематических групп «Оружие» в русском и английском языках. Материалом исследования послужили субстантивные единицы, отобранные методом сплошной выборки из Словаря русского языка под общей редакцией проф. Л.И.Скворцова и Полного англо-русского словаря М.К. Мюллера.

Для выявления национальной специфики рассматриваемых групп были использованы следующие параметры.

Номинативная плотность – количество лексических единиц, номинирующих определенную сферу действительности (Карасик 2004, с. 111).

Семемная плотность – общее количество семем, репрезентируемых семантемами лексем, номинирующих определенную сферу деятельности (Калугина 2006, с.5).

Индекс полисемантичности – отношение общего количества семем, развиваемых лексемами данной подгруппы/группы, к общему количеству лексем этой подгруппы/группы (Шишкина 2004, с. 34).

Индекс однозначности лексем группы – отношение количества однозначных лексем к общему количеству лексем данной группы (Колтакова 2008, с.40).

Индекс первичной денотативной отнесенности лексем к группе – отношение количества лексем, входящих в структурную единицу по семеме Д1, к общему количеству лексем данной структурной единицы (Колтакова 2008, с.40).

Индекс вторичной денотативной отнесенности лексем к группе – отношение количества лексем, входящих в структурную единицу по семеме Д2, к общему количеству лексем данной структурной единицы (Колтакова 2008, с.41).

Индекс первичной и вторичной денотативной отнесенности лексем к группе – отношение количества лексем, входящих в структурную единицу одновременно по семемам Д1 и Д2, к общему количеству лексем данной структурной единицы (Колтакова 2008, с.41).

Индекс принадлежности к исследуемой тематической группе – отношение общего количества развиваемых лексемами данной подгруппы/ группы семем с семей тематической группы к общему количеству семем этой подгруппы/группы (Шишкина 2004, с. 34).

В русском языке тематическая группа «Оружие» включает в себя 117 лексических единиц, которые подразделяются на 10 подгрупп.

В первую подгруппу «**Общие наименования оружия**» были включены следующие единицы: *арсенал, боекомплект, вооружение, оружие*.

Вторая подгруппа «**Наименования видов оружия**» делится на 6 мини групп: 1) *наименования огнестрельного оружия (автомат, берданка, браунинг, винтовка, кольт, маузер, наган, парабеллум, пистолет, пулемет, ракетница, револьвер)*, 2) *наименования артиллерии (артиллерия, гаубица, гранатомет, зенитка, миномет, пушка)*, 3) *наименования взрывного оружия (бомба, взрывчатка, граната, динамит, мина, петарда)*, 4) *наименования гладкоствольного оружия (дробовик, карабин, мушкет, обрез, ружье)*, 5) *наименования холодного оружия (алебарда, бердыш, гарпун, кинжал, копье, кортик, меч, нож, палица, рапира, рогатина, сабля, томагавк, трезубец, финка, шашка, шпага, штык, щит, ятаган)*, 6) *наименования метательного оружия (арбалет, рогатка, лук)*. К этой же подгруппе относится единичная лексема *пугач*.

Третья подгруппа «**Наименования лиц, использующих оружие**» включает в себя 4 мини группы: 1) *наименования лиц, использующих огнестрельное оружие (автоматчик, пулемётчик, револьверщик, снайпер)*, 2) *наименования лиц, использующих артиллерию (артиллерист, бронебойщик, гранатомётчик, зенитчик, миномётчик, ракетчик, танкист, торпедист)*, 3) *наименования лиц, использующих взрывное оружие (бомбардир, взрывник, минёр, сапёр)*, 4) *наименования лиц, использующих гладкоствольное оружие (мушкетёр, оружейник, ружейник)*.

К четвертой подгруппе «**Наименования техники, используемой как оружие**» относятся следующие лексемы: *бомбардировщик, ракетносец, танк, торпедоносец, эсминец*.

Пятая подгруппа «**Наименования снарядов**» делится на 6 мини групп:

- 1) *общие наименования снарядов (боеприпасы, снаряды)*,
- 2) *наименования снарядов огнестрельного оружия (жакан, патрон, пистон, пуля)*,
- 3) *наименования снарядов артиллерии (земснаряд, порох, ракета)*,
- 4) *наименования снарядов взрывного оружия (торпеда, фугаска)*,
- 5) *наименования снарядов гладкоствольного оружия (дробина)*,
- 6) *наименования снарядов метательного оружия (стрела)*.

В шестую подгруппу «**Наименования деталей снарядов**» входят 3 мини группы: 1) *наименования деталей снарядов огнестрельного оружия (гильза, капсюль)*, 2) *наименования деталей снарядов артиллерии (запал, заряд)*, 3) *наименования деталей снарядов взрывного оружия (детонатор, фугас)*.

Седьмая подгруппа «**Наименования деталей оружия**» включает в себя следующие лексемы: *затвор, курок, мушка, патронник, приклад, прицел, ствол*.

В восьмую подгруппу «**Наименования принадлежностей к оружию**» входят 4 лексемы: *ножны, обойма, патронташ, пороховница*.

Такие лексемы как: *выстрел, детонация, стрельба* относятся к девятой подгруппе «**Наименования процессов использования оружия**».

Стрельбище – единственное наименование, входящее в последнюю десятую подгруппу «**Наименования мест ведения огня**».

Отметим, что из 117 лексем изученной лексической группировки 98 (*граната, палица* и др.) входят в нее по семеме Д1, 7 лексем (*автомат, ствол* и др.) по семеме Д2 и 12 лексем (*артиллерия, петарда* и др.) по семемам Д1 и Д2. Следовательно, индекс первичной денотативной отнесенности равен 83,8%, индекс вторичной денотативной отнесенности лексем к группе – 6%, а индекс первичной и вторичной денотативной отнесенности лексем к группе составляет 10,2%. Поскольку 83 лексемы (*приклад, санёр* и др.) являются однозначными, 20 лексем (*порох, ракета* и др.) – двузначными, остальные – многозначными, индекс однозначности равен 70,94%.

В целом, 117 лексем рассматриваемой группы развивают в своих семантемах 170 семем, следовательно, индекс полисемантичности равен 1,45. Сему исследуемой группы лексики содержат 127 семем, таким образом, индекс принадлежности лексем к исследуемой группе равен 74,7%.

В английском языке тематическая группа «Оружие» насчитывает 184 лексемы, которые подразделяются на 12 подгрупп. Первая подгруппа «**Общие наименования оружия**» представлена следующими лексемами: *armament, armoury, arms, arsenal, gun, weapon, weaponry*.

Вторая подгруппа «**Наименования видов оружия**» делится на 6 мини групп: 1) *наименования огнестрельного оружия (automat, autorifle, derringer, firelock, flamethrower, fowling piece, gat, machine gun, pistol, revolver, rifle, robot, shooting iron, six shooter)*, 2) *наименования гладкоствольного оружия (musket, shotgun, smoothbore)*, 3) *наименования взрывного оружия (aerobomb, bomb, bomblet, egg, fire bomb, H-bomb, kipper, paramine, smoke ball, time bomb, trench bomb)*, 4) *наименования артиллерии (archibald, bazooka, field gun, granny, howitzer, minethrower, mortar, ordnance)*, 5) *наименования метательного оружия (arbalest, arblast, dart, grenade, javelin)*, 6) *наименования холодного оружия (anlance, poniard, saber, shaft, side arms, slicer, smallsword, snee, snickersnee, steel, whinger)*.

Третья подгруппа «**Наименования лиц, использующих оружие**» имеет самую разветвленную структуру и включает в себя следующие 7 мини групп: 1) *общие наименования лиц, использующих оружие (armiger, armour bearer, bluecoat, gun, gunman, gunner, gunsmith, shooter, shot, sniper, tirailleur)*, 2) *наименования лиц, использующих огнестрельное оружие (machine gunner, ranger, rifleman, rifle shot, sharpshooter)*, 3) *наименования лиц, использующих холодное оружие (striker, sword bearer)*, 4) *наименования лиц, использующих гладкоствольное оружие (armorer, armourer, musketry)*, 5) *наименования лиц, использующих артиллерию (artilleryman, bomber, cannoneer, gunlayer)*, 6) *наименования лиц, использующих взрывное оружие (miner, sapper, trencher)*, 7) *наименования лиц, использующих метательное оружие (arbalester)*.

Четвертая подгруппа «**Наименования техники, используемой как оружие**» состоит из следующих 8 лексических единиц: *armour clad, ironclad, rocketry, tank, torpedo boat, torpedo plane, warplane, warship*.

Следующая подгруппа «**Наименования снарядов**» представлена следующими лексемами: *ammo, ammunition, ball, bullet, burster, cannon shot, crump, missile, packet, pocket, shot, smoke ball, star shell*.

Шестая подгруппа «**Наименования деталей оружия**» включает в себя следующие слова: *ajutage, amorce, axle pin, baffer, bead, blaster, bombsight, bore hole, breechblock, breech sight, bush, capsule, cartridge case, cartridge clip, cut off, cylinder, damper, deflector, furrow, fuse, gunlock, gun stock, hair trigger, hindsight, igniter, impact fuse, jammer, knife edge, pin, portfire, primer, ramrod, shaft, shot, spall, spearhead, trigger, warhead, wick*.

В состав седьмой подгруппы «**Наименования принадлежностей к оружию**» входят следующие лексемы: *armour, cartridge pouch, palladium, pouch, sword belt, bandoleer, cartridge belt*.

Восьмая подгруппа «**Наименования процессов использования оружия**» представлена следующими лексемами: *armbar, fire control, firing, gunnery, gunning, mounting, shooting, snapshot*.

Девятая подгруппа «**Наименования мест ведения огня**» включает в себя следующие лексические единицы: *emplacement, firing line, loop hole, mine field, pillbox, range, rifle range, shooting range*.

Десятая подгруппа «**Наименования характеристик оружия**» насчитывает только две единицы: *calibre, gunshot*.

Одиннадцатая подгруппа «**Наименования взрывчатых веществ**» представлена 6 лексическими единицами: *ammonal, gunpowder, napalm, plate powder, powder, trotyl*.

В состав последней подгруппы «**Наименования видов огня**» входят следующие лексические единицы: *artillery, barrage, bombing, brunt, cross fire, curtain fire, drumfire, gun fire, outbreak, rafale, salvo*.

Отметим, что из 184 лексем 127 (*foxhole, wick* и др.) входят в группу по семеме Д1, 29 лексем (*hindsight, packet* и др.) – по семеме Д2 и 28 лексем (*arsenal, spearhead* и др.) по семемам Д1 и Д2. Таким образом, индекс первичной денотативной отнесенности равен 69,02%, индекс вторичной денотативной отнесенности лексем к группе – 15,76%, а индекс первичной и вторичной денотативной отнесенности лексем к группе составляет 15,22%. Из общего количества лексем 113 (*bomblet, drumfire* и др.) являются однозначными, 22 лексемы (*cannon shot, firelock* и др.) – двузначными, остальные – многозначными. Таким образом, индекс однозначности равен 61,41%.

Поскольку 184 лексемы рассматриваемой тематической группы развивают в своих семантемах 320 семем, индекс полисемантичности равен 1,74. Сему исследуемой группы лексики содержат 225 семем, следовательно, индекс принадлежности лексем к исследуемой группе равен 70,31%.

Для сравнения и интерпретации полученных результатов представляется возможным применить градацию оценки степени проявления национальной специфики семантики, согласно которой национально-специфические различия по отдельным параметрам сопоставления могут быть охарактеризованы как **существенные, заметные, видимые и несущественные** (Колтакова 2008).

Для параметров, чьи индексы представлены процентами, степень проявления национальной специфики равняется численной разнице между показателями индексов сопоставляемых групп в разных языках. Если расхождения между показателями индексов составляют более 10%, то данные национально-

специфические различия можно квалифицировать как **существенные**. Если расхождения варьируются от 5 до 10 %, то мы имеем дело с **заметными** различиями. Если разница между показателями индексов составляет от 1 до 5%, то национально-специфические различия рассматриваются нами как **видимые**, если разница менее 1% – различия **несущественные**.

Для параметров, представленных абсолютными цифрами, степень проявления национальной специфики вычисляется через отношение соответствующих абсолютных показателей сравниваемых групп. Если полученные цифры варьируются от 1,0 до 1,1, то данные различия можно квалифицировать как **несущественные**, если эти цифры попадают в промежуток от 1,1 до 1,2, то национально-специфические различия являются **видимыми**. Если данные показатели колеблются от 1,2 до 1,3, то различия можно охарактеризовать как **заметные**. Если указанная цифра оказывается больше 1,3, степень проявления национальной специфики квалифицируется как **существенная** (Колтакова С.В.).

По данным проведенного исследования характер национально-специфических различий может быть представлен следующим образом:

Параметр	Показатель индекса в русском языке	Показатель индекса в английском языке	Отношение абсолютных показателей / разница в значениях, выраженная процентами	Характер национально-специфических различий
<i>Номинативная плотность</i>	117	184	1,57	<i>существенные</i>
<i>Семемная плотность</i>	170	320	1,88	<i>существенные</i>
<i>индекс поли-семантичности</i>	1,45	1,74	1,2	<i>заметные</i>
<i>индекс одно-значности лексем группы</i>	70,94%	61,41%	9,53%	<i>заметные</i>
<i>индекс первичной денотативной отнесенности лексем к группе</i>	83,8%	69,02%	14,78%	<i>существенные</i>
<i>индекс вторичной денотативной отнесенности лексем к группе</i>	6%	15,76%	9,76%	<i>заметные</i>
<i>индекс первичной и вторичной денотативной отнесенности лексем к группе</i>	10,2%	15,22%	5,02%	<i>заметные</i>
<i>индекс принадлежности к группе</i>	74,7%	70,31%	4,39%	<i>видимые</i>

Как видно из приведенной таблицы, наблюдается преобладание **существенных** и **заметных** расхождений в показателях сопоставляемых

индексов. Следовательно, национальную специфику исследуемых лексических группировок можно охарактеризовать как **ярко выраженную** (Колтакова 2008).

Калугина В.А. Национальная специфика языковой репрезентации концепта (на материале объективации концепта «температура» в русском и английском языках): автореф. дисс. ...канд. филол. наук – Воронеж, 2006.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – М.: ГНОЗИС, 2004.

Колтакова С.В. Национальная специфика тематических групп «Труд» и «Отдых» в русском и английском языках: дисс. ...канд. филол. наук – Воронеж, 2008.

Стернина М.А., Стернин И.А. Сопоставительно-параметрический метод: новый этап развития// Сопоставительные исследования 2010. – Воронеж: «Истоки», 2010.

Шишкина Н.М. Национальная специфика полисемии глаголов речевой деятельности в русском и английском языках: дис. ...канд. филол. наук – Воронеж, 2004.

А. Домбровская, А.В. Рудакова

Психолингвистическое значение слова «гнилой» в русском языке

Цель данного исследования – проанализировать лексикографическое, контекстуальное и психолингвистическое значение лексемы «гнилой» в русском языке.

На первом этапе были рассмотрены значения данного слова в толковых словарях русского языка и сформулировано сводное лексикографическое значение.

Анализ данных толковых словарей русского языка показал, что лексема «гнилой» имеет следующие значения:

- «Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова: 1. Испорченный гниением, затхлый. 2. Сырой, несущий болезни. 3. перен. Не имеющий внутреннего стержня, аморальный.

- «Толковый словарь русского языка» Д.Н. Ушакова: 1. Разложившийся, разрушенный, попорченный гниением, тлением. *Гнилое бревно*. 2. Испорченный, нездоровый, затхлый. *Гнилая болотная вода*. 3. Болезненный, слабый (обл.). *«Дитя хоть гнило, а отцу с матерью всё мило»* (погов.). 4. перен. Внутренне разложившийся, дошедший до стадии идейного, морального разрушения (книж. газет.). *Гнилые устои капитализма*. *«Только гнилые и насквозь протухшие люди могут утешаться ссылками на прошлое»* (Сталин). 5. перен. Нечестный, беспринципный (презр.). *Гнилой компромисс*. *Гнилой либерализм*.

- «Новый толково-словообразовательный словарь русского языка» Т.Ф. Ефремовой: 1. Испорченный, разрушенный гниением, тлением; гниющий, разлагающийся. 2. Испорченный, тухлый (о продуктах питания). 3. Затхлый, несвежий, отдающий гнилью (о воде). 4. Утративший прочность, истлевший (о тканях, нитках и т.п.). 5. перен. Сырой, туманный, дождливый; приносящий болезни из-за постоянной сырости, слякоти, отсутствия солнца (о погоде, климате, времени года). 6. Имеющий сырой, дождливый климат. 7. перен. разг.

Болезненный, физически слабый. 8. перен. разг. Нездоровый, вредный. 9. Слабовольный, нерешительный (обычно с оттенком неодобрительности).

- «Большой толковый словарь русского языка» под ред. С.А. Кузнецова: 1. Испорченный, разрушенный гниением; гниющий, разлагающийся. *Г-ые доски. Г-ые листья. Г-ые яблоки, овощи. Г-ые нитки. Г-ые зубы.* 2. Испорченный, затхлый, отдающий гнилью (о воде). *Пить гнилую воду. Г-ое болото с вонючей водой.* 3. Сырой, дождливый, туманный; вызывающий болезни из-за постоянной сырости, слякоти, отсутствия солнца (о погоде, климате, времени года). *Г-ая осень. Г-ая погода. Г. туман. Г. снег (тающий, раскисший).* 4. Разг. Болезненный, физически слабый. *Кто-л. совершенно г., хотя ещё совсем молодой.* 5. Общественно вредный, нездоровый. *Г-ая теория. Г-ые настроения.*

- «Словарь русского языка» под ред. А.П. Евгеньевой: 1. Испорченный или разрушенный гниением; гниющий, разлагающийся. *Гнилые доски. Гнилые яблоки. Гнилые нитки. Гнилые зубы. Крыши {изб} закиданы гнилой соломой. Тургенев, Хорь и Калиныч.* 2. Испорченный, несвежий, затхлый (о воде). *Хлеб черствый стану есть И воду пить гнилую!* Лермонтов, Веселый час. *По гнилой зеленой воде Звезда пруда плавала половица, и я предложил покатать барышню на этой доске.* М. Горький, В людях. 3. Сырой, дождливый, туманный (о погоде, климате). *Гнилая осень. Здесь гнилой дождь, гнилая осенняя изморось, непогода, слякоть.* Достоевский, Бедные люди. 4. перен. Порочный в каком-л. отношении. *Гнилая теория. Но мы знаем прекрасно, что все эти, казалось, грандиозные и непобедимые силы международного империализма ненадежны, не страшны для нас, что они гнилы внутри.* Ленин, Речь на соединенном заседании ВЦИК 7 ноября 1919 г. 5. Общественно вредный, нездоровый, упадочнический. {Вовка:} *А ты напрасно говоришь, что гнилое настроение не тебя касается. Мы – комсомол.* Погодин, Маленькая студентка. *Сенин почувствовал себя мальчишкой, идеалистом, гнилым интеллигентом.* В. Попов, Обретешь в бою.

Анализ словарных дефиниций в толковых словарях позволяет сформулировать интегральное лексикографическое значение:

1. Испорченный, разрушенный гниением, тлением; гниющий, разлагающийся.
2. Испорченный, тухлый (о продуктах питания).
3. Затхлый, несвежий, отдающий гнилью (о воде).
4. Утративший прочность, истлевший (о тканях, нитках и т.п.).
5. перен. Сырой, туманный, дождливый; приносящий болезни из-за постоянной сырости, слякоти, отсутствия солнца (о погоде, климате, времени года).
6. перен. разг. Болезненный, физически слабый.
7. Слабовольный, нерешительный (обычно с оттенком неодобрительности).
8. перен., разг. Общественно вредный, нездоровый, упадочнический, порочный в каком-либо отношении.

На втором этапе были рассмотрены контекстуальные значения лексемы «гнилой». Материалом исследования послужили данные Национального корпуса русского языка. Были проанализированы первые 50 примеров, включавших исследуемую лексику (дата обращения – апрель 2014 г.).

Анализ контекстуального употребления лексемы «гнилой» показал, что в примерах были актуализированы следующие значения:

Значение (2): Испорченный, тухлый (о продуктах питания) – 36%: *Каких продуктов? Гнилой капусты, промерзшей картошки, сгнивших яблок? Вот именно!* [Анатолий Рыбаков. Тяжелый песок (1975-1977)].

Значение (1): Испорченный, разрушенный гниением, тлением; гниющий, разлагающийся – 32%: *И они тогда подымутся из нищеты, в какой она бьётся, детей в техникум отдадут, и вместо старой избы гнилой новую поставят* [Александр Солженицын. Один день Ивана Денисовича (1961)].

Значение (8): Общественно вредный, нездоровый – 26%: *Отныне судебные органы должны были искоренять "гнилой либерализм и благодушие" в отношении трудовой дисциплины* [Ольга Эдельман. КЗОТ: версии для печати // «Отечественные записки», 2003].

Значение (5): Сырой, дождливый, туманный; вызывающий болезни из-за постоянной сырости, слякоти, отсутствия солнца (о погоде, климате, времени года) – 4%: *Холод в бараке стоял какой-то странный, не сильный, но пронизывающий, гнилой* [Ю.О. Домбровский. Хранитель древностей / Приложение (1964)].

Значение (6): Болезненный, физически слабый – 4%: *Человек был гнилой во всех смыслах, болезненный, умом тоже тронулся, игрушечные кораблики мастерил – и не просто так, а в бутылках!* [Алексей Слаповский. Большая Книга Перемен // «Волга», 2010].

Не актуальными (отсутствуют в первых пятидесяти примерах Национального корпуса русского языка) оказались следующие значения:

3. Затхлый, несвежий, отдающий гнилью (о воде).

4. Утративший прочность, истлевший (о тканях, нитках и т.п.).

7. Слабовольный, нерешительный (обычно с оттенком неодобрительности).

На третьем этапе исследования было сформулировано психолингвистическое значение лексемы «гнилой».

Материалом исследования послужило ассоциативное поле соответствующего стимула из «Ассоциативного словаря употребительной русской лексики» (2011). Методом семантической интерпретации были проанализированы ассоциаты и сформулированы семы соответствующих семем.

ГНИЛОЙ

Ассоциативное поле

ГНИЛОЙ 100: плохой 12; фрукт 10; человек, яблоко 7; пень 5; зуб, овощ, помидор, пропавший, тухлый 3; апельсин, гриб, испорченный, картошка, плод, фу! 2; базар, банан, болото, внутри, вонь, дерево, дуб, зелёный, земля, коричневый цвет, лживый, невкусный, нездоровый, неуверенный, огурец, орех, отвратительно, отмаз, очень, плохой запах, пол, прелый, продажный, противный, рухлядь, свежий, труха, трухлявый пень, характер, чёрный 1; отказ 2.

Психолингвистическое значение

1. Испорченный, тухлый продукт питания

Испорченный 18 (*плохой 12; пропавший 3, испорченный 2, прелый*), тухлый 3 (*тухлый 3*) продукт питания 34 (*фрукт 10; яблоко 7; овощ 3, помидор 3, апельсин 2, гриб 2, картошка 2, плод 2, банан, огурец, орех*), коричневого 1 (*коричневый цвет*) или черного 1 (*чёрный*) цвета, имеет неприятный запах 2

(*вонь, плохой запах*), неприятный вкус 1 (*невкусный*), вызывает чувство отвращения 4 (*фу! 2; противный, отвратительно*).

симиляры 21 – плохой 12; пропавший 3; тухлый 3; испорченный 2, прелый 1
оппозиты 1 – свежий

возможная сочетаемость 2 – внутри, очень

актуализация окружающих реалий 3 – базар, земля, пол

Оценочная характеристика:

неоценочное 38 – фрукт 10; яблоко 7; овощ 3, помидор 3, апельсин 2, гриб 2, картошка 2, плод 2, базар, банан, внутри, земля, огурец, орех, пол

неодобрительное 31 – плохой 12; пропавший 3, тухлый 3; испорченный 2, фу! 2; вонь, коричневый цвет, невкусный, отвратительно, очень, плохой запах, прелый, противный, чёрный

одобрительное 1 – свежий

Эмоциональная характеристика:

неэмоциональное 66 – плохой 12; фрукт 10; яблоко 7; пропавший 3, тухлый 3; овощ 3, помидор 3, апельсин 2, гриб 2, картошка 2, плод 2, испорченный 2, вонь, коричневый цвет, невкусный, очень, плохой запах, прелый, свежий, чёрный, базар, банан, внутри, земля, огурец, орех, пол

отрицательно-эмоциональное 4 – фу! 2, отвратительно, противный

положительно-эмоциональное 0

Функциональная характеристика:

стилистическая характеристика – межстилевое

социальная характеристика – общеупотребительное

темпоральная характеристика – современное

территориальная характеристика – общераспространенное

частотная характеристика – частотное

социально-нормативная характеристика – не актуально

коммуникативно-тональная характеристика – тонально-нейтральное

СИЯ 70

Пример употребления: Он не советовал нам есть вчерашние продукты, утверждал, что они гнилые.

2. Испорченный, тухлявый, с неприятным запахом

Испорченный 19 (*плохой 12; пропавший 3, испорченный 2, нездоровый, рухлядь*), тухлявый 2 (*труха, тухлявый пень*), прелый 1 (*прелый*), обладающий неприятным запахом 2 (*вонь, плохой запах*), коричневого 1 (*коричневый цвет*) или черного 1 (*чёрный*) цвета, вызывает отвращение 4 (*фу! 2; отвратительно, противный*).

симиляры 19 – плохой 12, пропавший 3, испорченный 2, прелый 1, нездоровый 1

возможная сочетаемость 13 – пень 5; зуб 3, внутри, дерево, дуб, очень, пол

актуализация окружающих реалий 1 – земля

Оценочная характеристика:

неоценочное 13 – пень 5; зуб 3, внутри, дерево, дуб, земля, пол
неодобрительное 31 – плохой 12; пропавший 3, испорченный 2, фу! 2; вонь, нездоровый, отвратительно, плохой запах, прелый, противный, рухлядь, труха, трухлявый пень, коричневый цвет, очень, чёрный
одобрительное 0

Эмоциональная характеристика:

неэмоциональное 40 – плохой 12; пень 5; зуб 3, пропавший 3, испорченный 2, внутри, вонь, дерево, дуб, земля, коричневый цвет, нездоровый, очень, плохой запах, пол, прелый, рухлядь, труха, трухлявый пень, чёрный
отрицательно-эмоциональное 4 – фу! 2; отвратительно, противный
положительно-эмоциональное 0

Функциональная характеристика:

стилистическая характеристика – межстилевое
социальная характеристика – общеупотребительное
темпоральная характеристика – современное
территориальная характеристика – общераспространенное
частотная характеристика – частотное
социально-нормативная характеристика – не актуально
коммуникативно-тональная характеристика – тонально-нейтральное

СИЯ 44

Пример употребления: *Мы встретились у гнилого пня. У него все зубы были гнилые.*

3. Плохой, приносящий вред обществу

Плохой 12 (*плохой* 12), приносящий вред обществу 2 (*нездоровый, болото*), лживый 1 (*лживый*), продажный 1 (*продажный*), вызывает неодобрение 4 (*фу! 2; противный, отвратительно*)
симиляры 16 – плохой 12, нездоровый 1, болото 1, лживый 1, продажный 1
возможная сочетаемость 9 – человек 7, характер, очень, отмаз

Оценочная характеристика:

неоценочное 8 – человек 7, характер
неодобрительное 22 – плохой 12, фу! 2; противный, отвратительно, нездоровый, болото, лживый, продажный, очень, отмаз
одобрительное 0

Эмоциональная характеристика:

неэмоциональное 26 – плохой 12, человек 7, характер, нездоровый, болото, лживый, продажный, очень, отмаз
отрицательно-эмоциональное 4 – фу! 2; противный, отвратительно,
положительно-эмоциональное 0

Функциональная характеристика:

стилистическая характеристика – разговорное
социальная характеристика – общеупотребительное

темпоральная характеристика – современное
территориальная характеристика – общераспространенное
частотная характеристика – частотное
социально-нормативная характеристика – некорректное
коммуникативно-тональная характеристика – сниженное

СИЯ 30

Пример употребления: *Мысли у него какие-то гнилые: где бы что украсть, кого бы обмануть...*

4. Затхлая, с неприятным запахом (о воде)

Затхлая 17 (плохой 12; тухлый 3; испорченный 2), вода 1 (болото), имеет неприятный запах 2 (вонь, плохой запах), неприятный вкус 1 (невкусный), зеленого цвета 1 (зелёный), вызывает отвращение 4 (фу! 2; отвратительно, противный).

симиляры 0 – плохой 12, тухлый 3, испорченный 2
оппозиты 1 – свежий

Оценочная характеристика:

неоценочное 0

неодобрительное 26 – плохой 12; тухлый 3; испорченный 2, фу! 2; болото, вонь, зелёный, невкусный, отвратительно, плохой запах, противный
одобрительное 1 – свежий

Эмоциональная характеристика:

неэмоциональное 23 – плохой 12; тухлый 3; испорченный 2, болото, вонь, зелёный, невкусный, плохой запах, свежий
отрицательно-эмоциональное 4 – фу! 2; отвратительно, противный,
положительно-эмоциональное 0

Функциональная характеристика:

стилистическая характеристика – разговорное
социальная характеристика – общеупотребительное
темпоральная характеристика – современное
территориальная характеристика – общераспространенное
частотная характеристика – частотное
социально-нормативная характеристика – не актуально
коммуникативно-тональная характеристика – тонально-нейтральное

СИЯ 27

Пример употребления: *Эту воду пить нельзя – она гнилая: и цвет ужасный, и запах противный.*

5. Слабовольный, безынициативный, нерешительный

Слабовольный, безынициативный 1 (болото), нерешительный 1 (неуверенный) человек 8 (человек 7, характер), вызывает неодобрение 16 (плохой 12, фу! 2; отвратительно, противный).

симиляры 2 – неуверенный 1, болото 1

Оценочная характеристика:

неоценочное 8 – человек 7, характер
 неодобрительное 18 – плохой 12; фу! 2; болото, неуверенный, отвратительно,
 противный
 одобрительное 0

Эмоциональная характеристика:

неэмоциональное 22 – плохой 12; человек 7, болото, неуверенный, характер
 отрицательно-эмоциональное 4 – фу! 2; отвратительно, противный,
 положительно-эмоциональное 0

Функциональная характеристика:

стилистическая характеристика – разговорное
 социальная характеристика – общеупотребительное
 темпоральная характеристика – современное
 территориальная характеристика – общераспространенное
 частотная характеристика – частотное
 социально-нормативная характеристика – неполиткорректное
 коммуникативно-тональная характеристика – сниженное

СИЯ 26

Пример употребления: Он какой-то гнилой – никогда не может твердо сказать, что он хочет.

6. Болезненный, нездоровый

Болезненный, нездоровый 2 (нездоровый, рухлядь) человек 7 (человек 7).
 симилары 2 – нездоровый, рухлядь
 возможная сочетаемость 1 – очень

Оценочная характеристика:

неоценочное 1 – человек 7
 неодобрительное 3 – нездоровый, очень, рухлядь
 одобрительное 0

Эмоциональная характеристика:

неэмоциональное 10 – человек 7, нездоровый, очень, рухлядь
 отрицательно-эмоциональное 0
 положительно-эмоциональное 0

Функциональная характеристика:

стилистическая характеристика – разговорное
 социальная характеристика – общеупотребительное
 темпоральная характеристика – современное
 территориальная характеристика – общераспространенное
 частотная характеристика – частотное
 социально-нормативная характеристика – неполиткорректное
 коммуникативно-тональная характеристика – сниженное

СИЯ 10

Пример употребления: *Он весь гнилой: вечно не здоров, вечно ноет. Жена у него гнилая – даже родить ему не смогла.*

Не актуально - 2

Не интерпретировано -0

Не актуальными для носителей языка оказались два значения: 1. Утративший прочность, истлевший (о тканях, нитках). 2. перен. Сырой, туманный, дождливый; приносящий болезни из-за постоянной сырости, слякоти, отсутствия солнца (о погоде, климате, времени года).

На последнем этапе исследования был проведен анализ полученных данных. Был определен индекс яркости (ИЯ) для каждого типа значения и каждой соответствующей семемы. В психолингвистическом значении индекс яркости определялся как отношение ассоциатов, объективировавших семы конкретной семемы, к общему количеству ассоциатов (всего 100 ассоциатов); в контекстуальном значении – как отношение количества контекстов, в которых вербализовалась конкретная семема, к общему количеству проанализированных примеров (всего 50 контекстов); в лексикографическом значении – как отношение количества словарей, указавших семему, к общему количеству проанализированных словарей (всего 5 толковых словарей). Результаты представлены в Таблице.

№	Семема	ЛГЗ	КЗ	ПЛЗ
1	Испорченный, разрушенный гниением, тлением; гниющий, разлагающийся	ИЯ 1,00	ИЯ 0,32	ИЯ 0,44
2	Испорченный, тухлый (о продуктах питания)	ИЯ 0,20	ИЯ 0,36	ИЯ 0,70
3	Затхлый, несвежий, отдающий гнилью (о воде)	ИЯ 0,80	Не актуально	ИЯ 0,27
4	Утративший прочность, истлевший (о тканях, нитках и т.п.)	ИЯ 0,20	Не актуально	Не актуально
5	Сырой, туманный, дождливый; приносящий болезни из-за постоянной сырости, слякоти, отсутствия солнца (о погоде, климате, времени года)	ИЯ 0,80	ИЯ 0,04	Не актуально
6	Болезненный, физически слабый	ИЯ 0,60	ИЯ 0,04	ИЯ 0,10
7	Слабовольный, нерешительный	ИЯ 0,40	Не актуально	ИЯ 0,26
8	Общественно вредный, нездоровый, упадочнический, порочный в каком-либо отношении	ИЯ 1,00	ИЯ 0,26	ИЯ 0,30

Анализ показывает, что семема «утративший прочность, истлевший (о тканях, нитках и т.п.)» не актуальна для носителей языка, только один словарь «выносит» ее как самостоятельную семему: возможно, это связано с тем, что данная семема – это вариант семемы «испорченный, разрушенный гниением, тлением; гниющий, разлагающийся».

Таким образом, сравнительный анализ лексикографического (ЛГЗ), контекстуального (КЗ) и психолингвистического (ПЛЗ) значений показал, что для носителей языка и лингвистов-лексикографов актуальность семем

выделяется по разным основаниям. Проведенное исследование позволяет уточнить семантическое содержание лексемы «гнилой» и актуальный порядок семем в семанте слова:

1. Испорченный, разрушенный гниением, тлением; гниющий, разлагающийся.
2. Общественно вредный, нездоровый, упадочнический, порочный в каком-либо отношении.
3. Испорченный, тухлый (о продуктах питания).
4. Затхлый, несвежий, отдающий гнилью (о воде).
5. Сырой, туманный, дождливый; приносящий болезни из-за постоянной сырости, слякоти, отсутствия солнца (о погоде, климате, времени года).
6. Болезненный, физически слабый.
7. Слабовольный, нерешительный.
8. Утративший прочность, истлевший (о тканях, нитках и т.п.).

Данная методика исследования может быть применена и к другим лексическим единицам.

Использованные словари

Ассоциативный словарь употребительной русской лексики: 1080 стимулов / Научн. ред. А.В. Рудакова, И.А. Стернин. – Воронеж: «Истоки», 2011. – 187 с.

Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 1998. – 1536 с.

Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: [Электронный ресурс] // URL: <http://classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Efremova.htm> (дата обращения 02.01.2015).

Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Издательство «А Темп», 2009. – 944 с.

Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Русский язык, 1981-1984.

Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка [Электронный ресурс] // URL: <http://classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ushakov.htm> (дата обращения 02.01.2015).

Ю.О.Зольникова

Национальные особенности сетевой литературы (на материале русских и немецких интернет-ресурсов)

В эпоху информационных технологий новые формы коммуникации получают стремительное распространение. В последнее десятилетие благодаря развитию сети интернет, с одной стороны, произошло резкое увеличение информационного поля, а с другой – изменились формы подачи информации. Традиционные бумажные носители информации уступают место электронным формам, основанным на интерактивности – тесном взаимодействии пользователя с компьютером.

Возрастающая роль интернета в человеческой коммуникации заставляет обратить внимание на особенности текстов, создаваемых в компьютерной сети, – сетевую литературу.

Сетевая литература (сетература) – это один из видов литературы, конечный продукт которого размещён в сети. Обычная литература, перенесённая

на просторы интернета, не имеет отношения к сетевой. Это явление, предоставляющее новые возможности писателям, реагирующим на развитие читательских запросов.

Несомненно, самым распространенным во всемирной паутине является английский язык, поскольку он наиболее тесно связан с использованием новых коммуникационных технологий и поскольку большинство компьютерных программ, необходимых для функционирования текстов, написано на английском. Вследствие названных причин изучению сетевой литературы на английском языке посвящено большее количество исследований.

Привлечение немецкоязычного материала, позволяющее рассмотреть, как проявляет себя в новой коммуникационной среде иной, не английский язык, осуществлялось значительно реже, хотя Германия принадлежит к числу лидеров глобального информационного общества.

В Германии существует такое понятие, как *сетевое искусство* – собирательный термин для художественных работ в сетях.

Как в России, так и в Германии сетевая литература возникла в конце XX – начале XXI вв. То есть, изучать её можно в процессе развития, который только набирает обороты.

В этой связи следует акцентировать тот факт, что ученые обращаются к явлению, еще не получившему своего окончательного оформления и развивающемуся по мере его описания. Такое изучение, несомненно, серьезно осложняется необходимостью постоянного поиска и корректировки методов и основных положений исследования и описания данного явления. В то же время «новизна и очевидная сложность объекта исследования обуславливает обращение прежде всего к тем вопросам, которые ставит реальная жизнь в настоящий момент, даже если предлагаемые решения и интерпретации обсуждаемой проблемы не всегда могут быть признаны исчерпывающими и перспективными» (Щипицина 2010, с.296).

Освещение проблем сетевой литературы пока нечасто выходит за пределы самого интернета. Дефицит необходимой информации ведёт к тому, что в консервативно настроенных кругах отношение к интернету как творческой среде продолжает оставаться преимущественно скептическим и настороженным. Однако «комплексная сущность данного феномена требует его многоаспектного изучения, а также быстрым развитием новой коммуникационной сферы, что влечет за собой постоянное обновление объекта наблюдения» (Щипицина 2010, с.296).

Современникам явления очень сложно оценивать его действительные масштабы, его настоящую ценность.

«Лингвистика текста также только находится на пути её признания в качестве раздела общего языкознания, и совершенно естественно, что многие категории текста еще не получили достаточно ясного освещения, а некоторые из них вообще не признаются категориями, хотя без них невозможно представить себе сам текст в его типологических чертах» (Гальперин 1981, с.8).

Анализ показал, что уже сейчас можно усмотреть между русской и немецкой сетевыми литературами как сходства, так и различия.

Сходства усматриваются в следующем:

I. Из нелингвистических особенностей можно выделить следующие общие для обеих сетератур характеристики:

а) написание новых сюжетов на основе уже имеющихся, то есть вторичность текста, и распространившийся новый жанр литературы – фанфикшн;

б) процессуальность – тенденция, свойственная интернету вообще (возможность немедленного включения текста в процесс коммуникации по поводу литературы, а также моментальный отклик читателя);

в) формирование коммуникативной среды, то есть обсуждения и комментирования, определённого круга читателей (хотя здесь существуют и различия – так, в русскоязычной сетевой литературе возможно такое явление, как «смерть автора», и влияние отзывов на развитие сюжета, что практически не наблюдается в немецкой сетевой литературе).

II. Общими лингвистическими чертами являются следующие.

1. В обеих литературах существуют графические, лексические и синтаксические особенности, а также проявление взаимодействия устной и письменной речи на всех уровнях языка (лексика, морфология, синтаксис) и связанное с этим процессом взаимодействие художественного языка со спецификой языка интернета.

2. В лексике обеих сетевых литератур активны процессы создания неологизмов и сокращения слов (хотя для последнего используются разные способы словотворчества), внедрения иностранной лексики (по большей части – англицизмов).

3. В синтаксисе в построении предложений заметна тенденция к созданию простых и коротких конструкций, хотя некоторые авторы, напротив, предпочитают многоуровневые, сложные предложения.

Различия проявляются в следующем:

I. Различия нелингвистического характера

1. Главным отличием между охарактеризованными выше литературами является конечная цель написания произведения. В русской сетевой литературе – это размещение в сети и быстрый отклик читателя, в немецкой – публикация текста в самостоятельном виде (печатном издании). Это и определяет дальнейшие признаки данного вида литературы.

2. При сопоставлении нелингвистических параметров выявляется, что, с одной стороны, нелингвистические особенности практически не различаются, хотя с другой стороны – желание использовать мультимедийные и гипертекстуальные возможности у немецких авторов выражается крайне слабо.

3. В сфере нелингвистических особенностей для русской сетевой литературы характерны мультимедийность и нелинейность текста, а для немецкой – создание комиксов (жанра, который фактически отсутствует в русскоязычной сетевой литературе); не усматривается также склонность к афористичности и формирование коммуникативной среды как самоцель в немецкой сетевой литературе, нет в ней и такого явления как «смерть автора».

II. Отличия лингвистического характера

1. Применительно к лингвистическим параметрам в каждой из представленных сетевых литератур существуют свои характеристики, но в немецкоязычной – в текстах чаще используются такие средства выражения, которые впоследствии легко перенести в бумажный вариант произведения.

2. Говоря о лингвистических особенностях русской и немецкой сетевых литератур, стоит отметить, что в отличие от русской, где писатели стараются придумать новые и новые лингвистические средства выразительности (к

примеру, активно используют графику, то есть вставляют в текст различные знаки и символы), в немецкой авторы стараются придерживаться стандартных моделей, сохраняя обыкновенный, «бумажный» язык.

3. Сознательное нарушение литературных норм и правил как способ создания нового языка – сетевой литературы крайне редко используется немецкими писателями, в отличие от русских.

4. Применительно к отдельным языковым уровням индивидуальными чертами в русской сетевой литературе являются некоторые новшества в сфере графики (к примеру, заборчик) и вообще активное творчество в данной сфере, двуалфавитность и связанная с ней языковая игра, а также «албанское» письмо; в немецкой сетевой литературе – это употребление контрактур и агрегативность в построении предложения.

Таким образом, на сегодняшний день можно выделить такие особенности сетературы:

1. стремление к динамике;
2. интеграция устной и письменной речи;
3. взаимопроникновение разных языков;
4. использование графических символов в качестве наглядности текстов;
5. развитие вторичности мышления;
6. развитие межкультурных связей и глобализация текстовых файлов.

Необходимо отметить, что на данном этапе развития сетевой литературы в России нельзя говорить о глобализации данных характеристик. Данные черты характерны не для каждого автора, так как сохраняется индивидуальность и влияние уровня развития писателя. Существуют лишь общие тенденции, которые впоследствии могут стать нормами письменной речи интернета.

В немецкой сетевой литературе эти тенденции также не всегда проявляют себя в достаточной мере. Однако стоит сказать о стремлении сетературы к развитию данных характеристик, несмотря на желание авторов предельно приблизить свои работы к стандартному, бумажному виду. Развитие технологий и распространение возможностей интернета берут своё.

Сетература подвержена постоянному развитию, что влечет за собой изменение принципов использования языка и ставит перед различными учеными новые исследовательские задачи. Перспектива изучения касается характеристики имеющихся в сетевой литературе жанров, особенностей реализации текстовых категорий, уже сложившихся и еще развивающихся видов лингвистических особенностей.

Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. - М.: Прогресс, 1981. - 144 с

Щипицина Л.Ю. "Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации" / Л.Ю. Щипицина – М.: Красанд, 2010. – 296 с.

Национальная специфика семантики тематической группы «Вертолет» в русском и английском языках

Данное исследование посвящено рассмотрению тематических групп «Вертолет» в русском и английском языках. В ходе исследования была поставлена задача – в рамках сопоставительно-параметрического метода (Стернин, Стернина 2010, с.3) выявить и проанализировать национальную специфику указанных групп лексики. Материалом исследования послужили субстантивные единицы, отобранные методом сплошной выборки из Большого толкового словаря русского языка под редакцией С.А. Кузнецова и Англо-русского словаря В.К.Мюллера

Для выявления национальной специфики тематических групп «Вертолет» в русском и английском языках была применена система формализованных параметров, призванная представить полученные результаты объективно и более наглядно. Сопоставление осуществлялось по следующим параметрам.

Номинативная плотность – количество лексических единиц, номинирующих определенную сферу действительности (Карасик 2004, с. 111).

Семемная плотность – общее количество семем, репрезентируемых семантемами лексем, номинирующих определенную сферу деятельности (Калугина 2006, с.5).

Индекс полисемантической – отношение общего количества семем, развиваемых лексемами данной подгруппы/группы, к общему количеству лексем этой подгруппы/группы (Шишкина 2004, с. 34).

Индекс однозначности лексем группы – отношение количества однозначных лексем к общему количеству лексем данной группы (Колтакова 2008, с.40).

Индекс первичной денотативной отнесенности лексем к группе – отношение количества лексем, входящих в структурную единицу по семеме Д1, к общему количеству лексем данной структурной единицы (Колтакова 2008, с.40).

Индекс вторичной денотативной отнесенности лексем к группе – отношение количества лексем, входящих в структурную единицу по семеме Д2, к общему количеству лексем данной структурной единицы (Колтакова 2008, с.41).

Индекс первичной и вторичной денотативной отнесенности лексем к группе – отношение количества лексем, входящих в структурную единицу одновременно по семемам Д1 и Д2, к общему количеству лексем данной структурной единицы (Колтакова 2008, с.41).

Индекс принадлежности к исследуемой тематической группе – отношение общего количества развиваемых лексемами данной подгруппы/ группы семем с семой тематической группы к общему количеству семем этой подгруппы/группы (Шишкина 2004, с. 34).

В русском языке тематическая группа «Вертолеты» насчитывает 62 лексемы, которые подразделяются на 7 подгрупп. Структура исследуемой группы лексики может быть представлена в виде следующей таблицы:

1. Наименования видов вертолетов		<i>Автогир, вертолет, винтокрыл, гирокоптер, гироплан, квадрокоптер, конвертоплан, синхрокоптер, соосник</i>
2. Наименования профессий, связанных с вертолетами		<i>Летчик, пилот, экипаж, штурман</i>
3. Наименования действий	3.1 совершаемых над вертолетом	<i>Герметизация, заправка, молниезащита</i>
	3.2 совершаемых вертолетом	<i>Авторотация, взлет, навигация, ориентация, полет, снижение, таран</i>
4. Наименования элементов вертолета	4.1 корпус	<i>Бак, бимс, втулка, кабина, киль, крыло, лопасть, люк, обтекатель, обшивка, противовес, сопло, турбина, фенестрон, фюзеляж, хвост, шасси</i>
	4.2 трансмиссия	<i>Винт, движитель, компрессор, мотор, ось, привод, редуктор, трансмиссия</i>
	4.3 оборудование	<i>Вариометр, визир, высотомер, гироскоп, манометр, прицел, секстант, черный ящик</i>
5. Наименования характеристик вертолета		<i>Аэродинамика, маневренность, потолок, управляемость</i>
6. Наименования мест базирования вертолетов		<i>Ангар, аэродром, аэропорт</i>
7. Наименования вертолетных подразделений		<i>Звено, эскадрилья</i>

Отметим, что из 65 лексем рассматриваемой группы 60 (**ангар, пилот** и др.) входят в нее по семеме Д1, и только пять лексем (**потолок, люки** и др.) — по семеме Д2. Таким образом, индекс первичной денотативной отнесенности лексем к группе равен 92,31% индекс вторичной денотативной отнесенности лексем к группе – 7,69%. Из общего количества лексем 39 являются однозначными, 26 – многозначными. Таким образом, индекс однозначности равен 60%.

В целом, 65 лексем рассматриваемой группы развивают в своих семантемах 111 семем. Таким образом, индекс полисемантичности равен 1,7. Сему исследуемой группы содержат 65 семем, следовательно, индекс принадлежности лексем к исследуемой группе равен 58,56%.

В английском языке тематическая группа «Вертолеты» включает в себя 38 лексических единиц, которые были объединены в 9 подгрупп. Структуру изученной группы можно представить в виде следующей таблицы:

1. Общие наименования вертолетов	1.1 Как летательных аппаратов	<i>Aerodyne, aeroplane, aerotechnics</i>
	1.2 Как боевых единиц ВВС	<i>Aircraft, airplane, plane, helicopter</i>
2. Наименование профессий, связанных с вертолетами		<i>Aeronaut, aeronavigator, airman, air-mechanic, airwoman</i>
3. Наименования действий, совершаемых вертолетами	3.1 Элементы полета	<i>Aeronavigation, navigation</i>
	3.2 Элементы боевого применения вертолетов	<i>Air-raid</i>
4. Наименование элементов вертолета	4.1 Электронные системы	<i>Aerophone, avionics</i>
	4.2 Система обеспечения полета	<i>Absorber, accelerator, aero-engine, airscrew, mast, rotary-wing, skid, swashplate</i>
	4.3 Элементы фюзеляжа	<i>Aerofoil, cowl</i>
5. Наименования характеристик вертолета		<i>Airworthiness</i>
6. Наименования мест базирования вертолетов		<i>Aerodrome, airdrome, airstrip, air-unit</i>
7. Наименования вертолетных подразделений		<i>Aircraft, air-unit</i>
8. Наименования профессионализма в сфере вертолетов		<i>Airmanship</i>
9. Наименования воздушных транспортных путей		<i>Airline, air-highway, air-pocket, air-route, airway</i>

Отметим, что из 38 лексем изученной группы 29 (*aerodrome, airstrip* и др.) входят в нее по семеме Д1, 7 лексем (*cowl, mast* и др.) — по семеме Д2, две лексемы (*aircraft, air-unit*) — по семемам Д1 и Д2. Таким образом, индекс первичной денотативной отнесенности лексем к группе — 76,32%, индекс вторичной денотативной отнесенности лексем к группе — 18,42%, а индекс первичной и вторичной денотативной отнесенности лексем к группе составляет 5,26%. Поскольку 19 лексем являются однозначными, а остальные — многозначны, индекс однозначности равен 50%.

В целом, 38 лексем рассматриваемой группы развивают в своих семантемах 89 семем. Таким образом, индекс полисемантической равен 2,3. Сему исследуемой группы содержат 56 семем, следовательно, индекс принадлежности лексем к исследуемой группе лексики равен 62,92%.

Для сопоставления и интерпретации полученных результатов была использована градация оценки степени проявления национальной специфики семантики, согласно которой национально-специфические различия по отдельным параметрам сопоставления могут быть охарактеризованы как **существенные, заметные, видимые и несущественные** (Колтакова 2008).

Для параметров, чьи индексы представлены процентами, степень проявления национальной специфики равняется численной разнице между показателями индексов сопоставляемых групп в разных языках. Если расхождения между

показателями индексов составляют более 10%, то данные национально-специфические различия можно квалифицировать как **существенные**. Если разница между показателями индексов составляет от 5 до 10 %, то мы имеем дело с **заметными** различиями. Если расхождения варьируются от 1 до 5%, то национально-специфические различия рассматриваются нами как **видимые**, если разница менее 1% – различия **несущественные**.

Для параметров, представленных абсолютными цифрами, степень проявления национальной специфики вычисляется через отношение соответствующих абсолютных показателей сравниваемых групп. Если полученные цифры варьируются от 1,0 до 1,1, то данные различия можно квалифицировать как **несущественные**, если эти цифры попадают в промежуток от 1,1 до 1,2, то национально-специфические различия являются **видимыми**. Если данные показатели колеблются от 1,2 до 1,3, то различия можно охарактеризовать как **заметные**. Если указанная цифра оказывается больше 1,3, степень проявления национальной специфики квалифицируется как **существенная** (Колтакова 2008).

По данным проведенного исследования характер национально-специфических различий может быть представлен следующим образом:

Параметр	Показатель индекса в русском языке	Показатель индекса в английском языке	Отношение абсолютных показателей / разница в значениях, выраженная в процентах	Степень проявления национально-специфических различий
<i>Номинативная плотность</i>	65	38	1,71	<i>существенные</i>
<i>Семемная плотность</i>	111	89	1,25	<i>заметные</i>
<i>индекс полисемантической</i>	1,7	2,3	1,35	<i>существенные</i>
<i>индекс однозначности лексем группы</i>	60%	50%	10%	<i>существенные</i>
<i>индекс первичной денотативной отнесенности лексем к группе</i>	92,31%	76,32%	15,99%	<i>существенные</i>
<i>индекс вторичной денотативной отнесенности лексем к группе</i>	7,69%	18,42%	10,73%	<i>существенные</i>
<i>индекс первичной и вторичной</i>	0%	5,26%	5,26%	<i>заметные</i>

<i>денотативной отнесенности лексем к группе</i>				
<i>индекс принад- лежности к группе</i>	58,56%	62,92%	4,36%	<i>видимые</i>

Как видно из приведенной таблицы, в показателях сопоставляемых индексов наблюдается преобладание *существенных* и *заметных* расхождений. Следовательно, национальную специфику исследуемых лексических группировок можно охарактеризовать как ***ярко выраженную*** (Колтакова 2008).

Калугина В.А. Национальная специфика языковой репрезентации концепта (на материале объективации концепта «температура» в русском и английском языках): автореф. дисс. ...канд. филол. Наук. – Воронеж, 2006.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – М.: ГНОЗИС, 2004.

Колтакова С.В. Национальная специфика тематических групп «Труд» и «Отдых» в русском и английском языках: дисс. ...канд. филол. наук – Воронеж, 2008.

Стернина М.А., Стернин И.А. Сопоставительно-параметрический метод: новый этап развития// Сопоставительные исследования 2010. – Воронеж: «Истоки», 2010. – С. 3-9.

Шишкина Н.М. Национальная специфика полисемии глаголов речевой деятельности в русском и английском языках: дис. ...канд. филол. Наук. – Воронеж, 2004.

О.О. Ипполитов

Когнитивная категория «Этапность жизненного пути-дороги» в концептосфере иностранных студентов

Когнитивная лингвистика к настоящему времени представляет собой динамично развивающуюся область современной науки, исследующую, в частности, различные способы отображения в языке тех или иных активизирующихся в человеческом сознании явлений и процессов объективной действительности. Особая значимость когнитивной категории «Этапность» обуславливается тем, что она позволяет систематизировать немалую часть уже имеющихся и определённое количество прогнозируемых когнитивных категорий.

Рассмотрение когнитивной категории «Этапность жизненного пути-дороги» на уроках русского языка как иностранного на продвинутом этапе обучения (преимущественно – со студентами 1-4 курсов факультета международных отношений и исторического факультета) проводилось в следующем порядке. Вначале студентам объяснялось значение понятий «этап», «этапность жизненного пути-дороги» и «цикличность». Студенты получали разъяснения относительно существования и необходимости выделения и рассмотрения тех или иных этапов различной длительности. Студенты в ходе фронтальной

работы выделяли различные этапы своего жизненного пути. Данная работа может проводиться в одной из двух последовательностей:

1. Поочерёдно выделяются наиболее общие этапы как таковые (вариант: «Дошкольное детство» – «Школа» – «Подфак» – «Истфак») и лишь затем проводится выделение менее крупных периодов (вариант: «Школа»: «Начальная» – «Средние классы» – «Старшие классы») со своими подпериодами (вариант: «Старшие классы»: «Класс общего образования» – «Профессионально-ориентированный класс»).

2. Выделяется какой-либо общий этап и проводится углубленное рассмотрение его менее крупных периодов по нисходящей с возможно максимальной детализацией.

Практика показала более высокую результативность первого направления проведения работы, особенно если получаемые результаты записывались на доске преподавателем.

Работа по выделению этапов жизненного пути иностранных студентов имеет следующие важные достоинства. Обучаемые систематизируют свой лексический запас по формулируемым категориям, что имеет высокую общекультурную значимость. В процессе рассмотрения соответствующих периодов жизненного пути учащиеся активизируют лексический фонд, в немалой части пребывавший в латентном состоянии.

Одновременно с соответствующими существительными русского языка происходит активизация прилагательных, причастий и глаголов, посредством которых учащиеся стараются описать свои представления об определённых периодах своей жизни и наиболее запомнившихся им событиях, людях и объектах, с ними ассоциирующихся.

Студенты при рассмотрении таких периодов не только активизируют воспоминания о прошлом, но и в определённой степени прогнозируют собственное будущее, что является значимым компонентом общепедагогической работы, направленной на повышение мотивации обучения. Если студенты на подобное прогнозирование не выходят самостоятельно, то со стороны преподавателя представляются вполне уместными замечания наподобие «Сравните, насколько различаются уровни ваших знаний тогда и сейчас. И какими должны быть ваши знания к окончанию обучения!» или «Вы уже сумели освоить к настоящему времени большой объём знаний. Подумайте о том, как вы будете применять его в вашей последующей жизни, на каких должностях». Такое прогнозирование вызывает вербальную активацию других когнитивных категорий, взаимодействующих с «Этапностью» – «Профессиональные перспективы», «Работа на собственное будущее», «Добросовестность», «Оправдать ожидания своих близких» и мн. др.

Разумеется, каждый из активно работающих студентов предпочёл бы описать именно свой жизненный путь, но в рамках групповой работы это не представляется возможности. В процессе классной работы достаточно быстро проходил процесс «растворения» индивидуальных концептосфер учащихся в групповой концептосфере. Выражалось это в «нивелировании» индивидуальных когнитивных признаков и параметров и итоговом формулировании принимаемого всеми активными участниками общего определения.

Также не менее примечательным моментом является неодинаковая оценка различными учащимися степени важности того или иного этапа и подэтапа.

Например, некоторые студенты стремились детально разобрать период своего обучения в старших классах школы, другие старались пропустить это как малозначающий к настоящему времени эпизод их учебной биографии. Последующее освещение данного перспективного направления лингвокогнитивных исследований в среде иностранных студентов продвинутого этапа обучения мы предполагаем провести в последующих наших работах.

Е.С.Исакова

Гендерные особенности семантики слова УЮТ

На материале Русского ассоциативного словаря под ред. Ю.Н.Караулова было проведено исследование гендерной специфики ассоциаций на слово-стимул УЮТ. Выдвигалась гипотеза о том, что это слово должно продемонстрировать гендерную дифференциацию в языковом сознании мужчин и женщин, и гендерная дифференциация ассоциаций будет свидетельствовать о гендерной дифференциации значений данного слова..

В материалах Ассоциативного словаря (компьютерный вариант) имеются сведения о гендерном профиле результатов ассоциативного эксперимента с каждым словом.

По слову Уют имеются следующие данные (<http://thesaurus.ru/dict/dict.php>):

Уют

всего реакций на стимул: 101,
различных реакций на стимул: 49,
одиночных реакций на стимул: 37,
отказов: 2.

У мужчин:

всего реакций на стимул: 59,
различных реакций на стимул: 32,
одиночных реакций на стимул: 21,
отказов: 2.

У женщин:

всего реакций на стимул: 42,
различных реакций на стимул: 24,
одиночных реакций на стимул: 20,
отказов: 0.

Реакции на стимул «уют»:

Реакции	Час тота	Мужч ины	Женщ ины
домашний	17	5	12
в доме	12	6	6
дом	7	5	2
дома	5	5	0

комфорт	4	4	0
тепло	4	3	1
в квартире	3	2	1
кафе	3	2	1
создавать	3	1	2
/	2	2	0
квартиры	2	2	0
создать	2	2	0
100 р.	1	0	1
аквариум	1	0	1
бытовой	1	1	0
в семье	1	1	0
дают	1	1	0
деревенский	1	1	0
дуют	1	1	0
и тепло	1	0	1
камин	1	0	1
каюты	1	1	0
компания	1	1	0
кресло	1	1	0
кругом	1	1	0
любовь	1	0	1
мама	1	0	1
мать	1	0	1
мелкий	1	1	0
наслаждение	1	1	0
покой	1	1	0
почти	1	1	0
приятно	1	0	1
простор	1	1	0
родного дома	1	0	1
свечи	1	0	1
семейный	1	1	0
семья	1	1	0
соблюдать	1	0	1
создан ее руками	1	0	1
созданный	1	0	1
созданный к.-л.	1	0	1
спокойствие	1	0	1
теплота	1	0	1
теплый	1	0	1
тихий	1	1	0

удобная квартира= дом	1	1	0
уют	1	1	0
хороший	1	1	0

Мы выбрали 10 наиболее частотных ассоциативных реакций на данный стимул и проанализировали их с точки зрения гендерной дифференциации.

Вычислялся индекс яркости ассоциативной реакции (отношение количества ИИ, давших данную ассоциацию, к общему числу ИИ):

Реакции на стимул "уют"
(10 наиболее частотных реакций и их гендерные характеристики)

Реакции	Частота	Мужчины	Женщины
домашний	14	4 – 0,09	10 – 0,27
дом	7	5 – 0,11	2 – 0,05
в доме	6	3 – 0,06	3 – 0,08
дома	5	5 – 0,11	0
в квартире	3	2 – 0,04	1 – 0,02
комфорт	3	3 – 0,06	0
создавать	3	1 – 0,02	2 – 0,05
/	2	2 – 0,04	0
создать	2	2 – 0,04	0
тепло	2	1 – 0,02	1 – 0,02

Мужское ассоциативное поле – 44 ии

Уют – дом, дома 0,11, домашний 0,09, в доме, комфорт 0,06, в квартире, создать 0,04, тепло 0,02.

Отказ - 0,04

Совокупный индекс яркости семантики (сумма ИЯ всех анализируемых мужских ассоциаций) – 0,57

Женское ассоциативное поле – 36 ии

Уют - домашний 0,27, в доме 0,08, дом, создавать 0,05, тепло 0,02.

Отказы – 0.

Совокупный индекс яркости семантики (сумма ИЯ всех анализируемых женских ассоциаций) – 0,47

Чисто мужские ассоциации: дома 0,11, комфорт 0,06, создать 0,04

Чисто женские ассоциации: нет

Отказы: мужчины – 2, женщины - 0

Совпадающие у мужчин и женщин и несущественно различающиеся (не более чем на 4 пункта) ассоциации:

в доме	0,06 – 0,08
в квартире	0,04– 0,02
создавать	0,02 – 0,05

Совпадающие у мужчин и женщин и существенно различающиеся (на 5 пунктов и более) ассоциации:

домашний	0,09 – 0,27
дом	0,11– 0,05

Таким образом, слово УЮТ заметно гендерно дифференцировано. Зафиксированы 3 чисто мужских реакции, при этом нет чисто женских. Наиболее яркая мужская реакция - дом, дома 0,11, наиболее яркая женская реакция - домашний 0,27.

У женщин индекс яркости наиболее яркой семы заметно выше, что подтверждает идею о том, что женское гендерное сообщество более солидарно в понимании значений слов, нежели мужское; женщины в большей степени близки друг другу по пониманию значений, чем мужчины, они более единодушны и солидарны в интерпретации семантики языковых единиц.

У женщин в эксперименте не зафиксировано отказов, следовательно, слово УЮТ ими достаточно хорошо освоено и актуально для женского языкового сознания. У мужчин есть 2 отказа (0,04), следовательно, актуальность данного слова для их языкового сознания несколько ниже.

При этом любопытно, что совокупный индекс яркости значения слова Уют в языковом сознании мужчин оказывается заметно выше, чем в женском – 0,57 против 0,47, что свидетельствует, очевидно, о том, что для мужчин это значение более семантически наполнено и более разнообразно представлено отдельными признаками, чем для женщин; мужское значение содержит больше дифференциальных семантических компонентов и они ярче. Для мужчины УЮТ более семантически дифференцированное слово, чем для женщин, у которых доминирует меньшее число ярких сем.

Проведенное исследование позволяет высчитать индекс гендерной дифференциации значения, определяемый как процент гендерно дифференцированных ассоциаций (то есть чисто мужских и чисто женских ассоциаций и ассоциаций, существенно различающихся (более чем на 5 пунктов) по яркости) к общему числу ассоциаций (в нашем случае это 10 ассоциаций, которые проанализированы).

Результаты таковы:

Ассоциации	Мужчины	Женщины
домашний	0,09	0,27
дом	0,11	0,05
дома	0,11	0
комфорт	0,06	0

отказы	0,04	0
--------	------	---

Таким образом, 5 ассоциаций из 10 гендерно дифференцированы и следовательно, индекс гендерной дифференциации значения слова УЮТ равен 0,50 – это достаточно высокий показатель.

Используя разработанную Л.А. Кривенко (Кривенко 2013) шкалу ранжирования степени выраженности исследуемых параметров:

<i>Численные значения параметров</i>	<i>Степень выраженности параметра</i>
0	отсутствие рассматриваемого явления (нулевая степень)
> 0 и < 10%	низкая степень
≥ 10 и < 30%	заметная степень
≥ 30% и < 50%	яркая степень
≥ 50% и < 70%	значительная степень
≥ 70% и < 90%	высокая степень
≥ 90% и < 100%	гипервысокая степень
100%	абсолютная степень

степень гендерной дифференциации семантики слова УЮТ в русском языковом сознании можем охарактеризовать как **значительную**.

Нами выдвигалась гипотеза о том, что слово УЮТ в языковом сознании русских мужчин и женщин должно обладать гендерной дифференциацией, и что гендерная дифференциация ассоциаций будет свидетельствовать о гендерной дифференциации значений. Данная гипотеза в ходе исследования нашла свое подтверждение.

Кривенко Л.А. Национальная специфика семантем русской и английской субстантивной лексики. - Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2013. - 18 с.

Е. И. Колесникова

Опыт исследования и сопоставления гендерных особенностей семантики слова

(на материале слова *привязанность* в мужском и женском языковом сознании)

Целью нашего исследования является выявление и сопоставление мужской и женской семантики слова. Исследование носит экспериментальный характер и предполагает следующие этапы:

1. Предварительный отбор предположительно гендерно маркированных лексических единиц.
2. Проведение с данными единицами как стимулами пилотажного свободного ассоциативного эксперимента.
3. Уточнение списка гендерно маркированных лексем по результатам эксперимента.

4. Проведение основного эксперимента с 400-ми испытуемыми (по 200 лиц мужского и женского пола)

5. Формулирование психолингвистических значений слов-стимулов по методике И.А. Стернина и А.В. Рудаковой (Стернин, Рудакова 2011).

6. Установление гендерно маркированных значений (семем) и семантических компонентов значений (сем).

7. Дифференцированное по гендерному признаку описание семантики исследуемых слов в психолингвистическом толковом гендерном словаре.

В настоящее время нами отобраны стимулы и проведен пилотажный свободный ассоциативный эксперимент.

Материалом для анализа послужили результаты лингвистического интервьюирования респондентов разного возраста, пола и социального положения.

В ходе исследования было опрошено 200 человек, из них 100 мужского пола (возрастом от 18 до 64 лет) и 100 женского (возрастом от 18 до 72 лет). В массиве испытуемых были представлены студенты, рабочие, служащие и пенсионеры.

Респондентам было предложено дать реакцию на стимулы: *дела, дружба, большой, любовь, военный, важно, ненавидеть, последний, бабушка, общественный, старый, хорошо, привязанность, верность, красный, высокий, новый, стильно, молодой, основной, белый, отстать, нужный, беспредел, известный, плохо, обиденность, обещать, надеяться, работа, быт, уют, счастье, дети, семья, отдых, деньги, друзья, измена, время, женщина, разговор, старость, думать, отношения, номер, мужчина, ревность, свидание, поцелуй.*

При обработке результатов эксперимента полученные реакции были распределены по отдельным значениям, представленным в словаре.

Значения были получены методом обобщения словарных дефиниций. Покажем алгоритм описания лексикографического значения слова на материале лексем семантического поля *привязанность* в русском языке:

1. Выписываются значения исследуемого слова из словарей, в которых оно представлено.

2. Составляется единый список всех значений исследуемого слова, зафиксированных в словарях. Все значения, выделенные разными словарями и имеющие хотя бы минимальные различия в содержании, включаются в описание семантики исследуемого слова как отдельные значения.

3. Если отдельное значение слова выявляется только из примеров к дефинициям и не имеет самостоятельного толкования ни в одном словаре, оно формулируется исследователем. Например, **тот, кто привязан к кому-, чему-л.** – *липушка 1* (мужчины); **дурная привычка, зависимость** – *боль 10, плохо 7, грусть, нельзя, страдание, уничтожение – 1* (женщины), *зависимость 3, боль 2, ненависть 2* (мужчины).

4. Каждое значение представляется как совокупность несовпадающих дефиниций в разных словарях: для каждого значения дается список его различных дефиниций в имеющихся словарях.

Полученные лексикографические значения сравниваются с результатами ассоциативного эксперимента и определяется СИЯ (совокупный индекс яркости каждого выделенного лексикографического значения в языковом сознании носителей языка, который определяется как сумма индексов яркости

(ИЯ) отдельных сем значения; ИЯ отдельной семы описывается как частотность ее актуализации в эксперименте). Затем формулируются семные психолингвистические описания значений, выявленных в эксперименте.

По данной методике было осуществлено обобщение словарных дефиниций слова семантического поля *привязанность* по следующим словарям:

1. Евгеньева А.П. Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; 2-е изд., испр. и доп. – М.: Русский язык, 1981–1984.

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

3. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. - 1-е изд-е - СПб.: Норинт С. 1998.

4. Ожегов С.И. Словарь русского языка.- 22-е издание, стереотипное – М.: Русский язык, 1989.

Методом обобщения словарных дефиниций были получены следующие интегрированные лексикографические значения слова ПРИВЯЗАННОСТЬ:

1. Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к кому-, чему-л.

2. Тот, кто (то, что) является предметом чьей-л. симпатии, влечения, склонности.

Приведем в сопоставительной таблице гендерную дифференциацию лексикографических значений слова *привязанность*.

Интегрированное лексикографическое значение	Женщины 100	Мужчины 100
Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к кому-либо	боль 10, к родным 7, дружеская 4, к коту 2, к человеку 2, время лечит, грусть, к детям, к маме, к семье, страдание, уничтожение -1. Симиляры- любовь 14, дружба 7, привычка 7, заменитель любви 1.	к человеку 8, к детям 4, к людям 4, к маме 3, к родным 3, к собаке 3, боль 2, к девушке 2, к любимой 2, к попугайчику, навсегда-1. Симиляры – дружба 7, привычка 5, любовь 4, верность 3, зависимость 3, преданность 3, френдзона 3, чувства 3. Оппозиты- ненависть 2, скука.
	СИЯ 61	СИЯ 68
Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к чему-либо	к делу, к месту, к Родине -1. Симиляры- любовь 14, привычка 7, заменитель любви 1.	к дому 3, ко вкусной еде, навсегда-1. Симиляры –привычка 5, любовь 4, верность 3, зависимость 3,

		преданность 3, чувства 3. Оппозиты- ненависть 2, скука. СИЯ 25	СИЯ 29
--	--	--	--------

В результате эксперимента выявились значения слова *привязанность*, не зафиксированные в лексикографических источниках. Они сформулированы исследователем и тоже описаны в рамках их гендерной дифференциации:

<i>Тот, кто (то, что) является предметом чьей-л. симпатии, влечения, склонности.</i>	собака 6, близкие 5, человек 5, молодой человек 3, любимый 2. СИЯ 21	собака 6, домашние животные, Родина -1 СИЯ 8
<i>Тот, кто привязан к кому-, чему-л.</i>	- СИЯ 0	липучка 1 СИЯ 1
<i>Дурная привычка, зависимость</i>	Нельзя 1, плохо 7, уничтожение - 1. СИЯ 9	Симиляр –зависимость 3 СИЯ 3

Сочетаемость – к чему-то 4, возникла 2, к чему-либо 1 (женщины); к кому-либо 7, бывает 4, к кому-то 4, к кому-нибудь 3, случается 2 (мужчины).

Психолингвистические значения лексемы *привязанность* и их гендерная дифференциация:

Женщины	Мужчины
1. Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к кому-либо Чувство к кому-либо (к родным 7, дружеская 4, к коту 2, к человеку 2, к детям, к маме, к семье -1), приносящее боль (боль 10, время лечит, грусть, страдание, уничтожение – 1). Симиляры- любовь 14, дружба 7, привычка 7, заменитель любви 1. СИЯ 61	1. Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к кому-либо Вечное (навсегда 1) чувство к кому-либо (к человеку 8, к детям 4, к людям 4, к маме 3, к родным 3, к собаке 3, к девушке 2, к любимой 2, к попугайчику 1), приносящее боль (боль 2). Симиляры – дружба 7, привычка 5, любовь 4, верность 3, зависимость 3, преданность 3, френдзона 3, чувства 3. Оппозиты- ненависть 2, скука. СИЯ 68
2. Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к чему-либо Чувство к чему-либо (к делу, к месту,	2. Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к чему-либо Чувство к чему-либо (к дому 3, ко

к Родине -1). Симилары- любовь 14, привычка 7, заменитель любви 1. СИЯ 25	вкусной еде, навсегда-1). Симилары –привычка 5, любовь4, верность 3, зависимость 3, преданность 3, чувства 3. Оппозиты- ненависть 2, скука. СИЯ 29
3. Тот, кто (то, что) является предметом чьей-л. симпатии, влечения, склонности. Человек (близкие 5, человек 5, молодой человек 3, любимый 2), животное (собака 6). СИЯ 21	3. Тот, кто (то, что) является предметом чьей-л. симпатии, влечения, склонности. Животное (собака 6, домашние животные 1), Родина (Родина 1). СИЯ 8
4. Тот, кто привязан к кому-, чему-л. СИЯ 0	4. Тот, кто привязан к кому-, чему-л. Человек, привязанный к кому-либо (липучка 1). СИЯ 1
5. Дурная привычка, зависимость это уничтожение человека (уничтожение 1), оценивается отрицательно (плохо 7, нельзя 1) СИЯ 9	5. Дурная привычка, зависимость Симилар –зависимость 3 СИЯ 3

Отказов в эксперименте не зафиксировано, что свидетельствует о том, что значение слова *привязанность* актуально для языкового сознания современного носителя русского языка.

В ходе обобщения материалов экспериментов были сформулированы новые значения:

1. Тот, кто привязан к кому-, чему-л.- *липучка 1* (мужчины).
2. Дурная привычка, зависимость - *плохо 7, нельзя 1, уничтожение – 1* (женщины); *зависимость 3* (мужчины).

Все выявленные значения были актуализованы в ходе эксперимента, следовательно, они присутствуют в современном языковом сознании носителей языка.

Сопоставление гендерных значений лексемы *привязанность* показывает, что *существенные* различия в СИЯ демонстрируют следующие из них:

1. Тот, кто (то, что) является предметом чьей-л. симпатии, влечения, склонности (в женском сознании данное значение на 45% ярче, чем в мужском).
2. Дурная привычка, зависимость (в женском сознании оно на 50% ярче, чем в мужском).
3. Тот, кто привязан к кому-, чему-л. (в мужском сознании представлено, в женском нет).

Несущественные гендерные различия в СИЯ демонстрируют значения:

1. Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к кому-либо.
2. Чувство близости, склонности, тяготения, основанное на симпатии, преданности, любви к чему-либо.

Эти значения практически не имеют гендерной дифференциации.

Чисто мужскими ассоциациями НА СТИМУЛ *привязанность* являются: *липушка 1*.

Анализируя полученные нами в ходе ассоциативного эксперимента результаты, мы приходим к выводу, что гендерная дифференциация семантики слова *привязанность* в современном языковом сознании достаточно ярко выражена.

И.П.Конопелько

Концепт «femme» во французской паремиологии

Когнитивная лингвистика – активно развивающееся лингвистическое направление, которое занимает одно из ведущих мест в современной мировой лингвистической науке. Объектом исследования когнитивной лингвистики является концепт, который представляет собой концентрат культуры и опыта народа. В нашем исследовании за основу взято определение концепта, данное профессорами З.Д.Поповой и И.А.Стерниным в работе «Когнитивная лингвистика» (Попова, Стернин 2007, с.24).

Концепт «женщина» является одним из ключевых концептов современной концептосферы. Возросший интерес к изучению концепта «женщина» на материале различных языков обусловлен, с одной стороны, антропоцентричностью гуманитарного знания, а с другой – развитием гендерных исследований, в том числе и в лингвистике.

Нами были проанализированы 111 пословиц и поговорок французского языка, выражающие положительное и отрицательное отношение к женщине, полученные путем сплошной выборки из фразеологического словаря (Гак 2005).

Фактический материал мы разделили на две большие группы – положительное отношение к женщине (39 единицы) и отрицательное отношение к женщине (72 единицы).

В группе, репрезентирующей положительное отношение к женщине, выделены 10 подгрупп. Представим их.

1 подгруппа- Отсутствие доверия к женщине (15 единиц)

Например: Fait confiance à ta chienne plutôt qu'à ta jolie femme.

2 подгруппа - Отрицательные черты женского характера (15 единиц)

Например: Où il y a une femme, un feu s'allume.

3 подгруппа – Женская болтливость (13 единиц)

Например: La femme a les cheveux longs et la langue plus longue encore.

4 подгруппа – Отсутствие порядочности (10 единиц)

Например: Une femme ivre est une porte ouverte.

5 подгруппа – Женская красота (7 единиц)

Например: On a tué des milliers de maris à cause de leurs belles femmes.

6 подгруппа - Непостоянство женщины (5 единиц)

Например: La femme pleure d'un œil et rit de l'autre.

7 подгруппа - Отрицательное сравнение с Богом, с Дьяволом (2 единицы)

Например: Quand Dieu se fit homme, le diable s'était déjà fait femme.

8 подгруппа - Ограничение женщиной свободы мужчины (2 единицы)

Например: Qui femme prend liberté vend.

9 подгруппа - Женские советы (2 единицы)

Например: *Ecouter sa femme mène à la ruine; ne pas l'écouter, au déshonneur.*

10 подгруппа - Женская любовь к материальным ценностям (1 единица)

Например: *Si l'argent poussait dans les arbres, les femmes épouseraient des singes.*

Наиболее многочисленными являются первая и вторая подгруппы – «Отсутствие доверия», «Отрицательные черты женского характера», а наиболее малочисленной является подгруппа «Женская любовь к материальным ценностям».

Следующим этапом исследования была когнитивная интерпретация результатов описания семантики языковых средств - выявление когнитивных признаков, формирующих исследуемый концепт как ментальную единицу.

Отметим, что в ядро поля входит лексема «femme», поскольку отобранный нами фактический материал базировался именно на этой лексеме. Этот выбор не случаен, его цель – наглядно продемонстрировать те пословицы и поговорки, которые не требуют обращения к имплицитному смыслу высказывания. Именно поэтому мы посчитали целесообразным проанализировать высказывания, которые непосредственно содержат в своем составе лексему «femme». Например, в первой подгруппе «Отсутствие доверия к женщине» к ядру поля относится лексема *femme(f)*, а так же *confiance (f)*. Ближнюю периферию составляют следующие лексемы: *excuse (f)*, *changer*, *dire*, *enrouler*. К дальней периферии относятся такие лексемы, как *chienne (f)*, *lièvre(m)*, *variable*, *changeante*, *retomber*. Подобным образом были проанализированы все подгруппы.

На примере проанализированных пословиц и поговорок можно констатировать, что в пословицах и поговорках французского языка, выражающих отрицательное отношение к женщине, присутствуют следующие когнитивные признаки:

- 1) женщина - глупое существо;
- 2) женщина не имеет логики в своих поступках;
- 3) женщина может предать;
- 4) женщина не умеет хранить секреты;
- 5) женщина предпочитает материальные ценности;
- 6) женщина ограничивает мужчину в его поступках.

Результаты когнитивной интерпретации позволяют представить модель содержания исследуемого концепта. На основе анализа пословиц и поговорок французского языка, выражающих отрицательное отношение к женщине, нами была предпринята попытка дать определение отрицательному образу женщины.

Женщина – это не личность, имеющая право голоса и способная сама распоряжаться своей жизнью, а существо, местом обитания которого является кухня, и основное предназначение которого – это воспроизводство человеческого рода и служение мужчине.

Приведем некоторые примеры, наглядно репрезентирующие негативный образ женщины.

La femme est un animal à cheveux longs et à idées courtes.

Данный пример демонстрирует, что женщина абсолютно глупое существо, весь ум которого ушел в длинные волосы.

La femme est un certain animal difficile à connaître.

Здесь мы видим ясно выказанное пренебрежение к женщине как к существу, не имеющим абсолютно никакой логики в своих поступках.

La femme est comme la châtaigne, belle au-dehors et dedans le ver.

Несмотря на внешнюю красоту, женщина - это существо с внутренним дефектом, опасное и непредсказуемое.

Подобным образом нами были проанализированы пословицы и поговорки французского языка, выражающие положительное отношение к женщине.

Весь корпус исследуемого материала был распределен на девять тематических подгрупп.

1 подгруппа – Роль женщины в быту (8 единиц).

Например: *La femme est le Bon Dieu de la maison.*

2 подгруппа – Женщина в браке (6 единиц).

Например: *L'épouse est en puissance de l'époux, et le mari en possession de la femme.*

3 подгруппа – Положительное сравнение с Богом, Дьяволом (6 единиц).

Например: *Ce que Femme veut Dieu le veut.*

4 подгруппа – Внешность женщины (4 единицы)

Например: *Ce n'est point la nature qui rend la femme belle, c'est l'amour.*

5 подгруппа – Проявление внимания к женщине со стороны мужчин (4 единицы)

Например: *On prend les femmes comme certaines forteresses, par leur issue secrète.*

6 подгруппа – Женщина-мать (4 единицы)

Например: *L'asile le plus sûr est le sein de la mère.*

7 подгруппа – Женщина в обществе (3 единицы)

Например: *Les hommes sont le roturiers du mensonge, les femmes en sont l'aristocratie.*

8 подгруппа – Положительные возрастные изменения (2 единицы)

Например: *La femme et la bouilloire à thé se bonifient avec l'âge.*

9 подгруппа – Умение красиво выразить мысли (2 единицы)

Например: *Les hommes ont toujours raison, mais les femmes n'ont jamais tort.*

На основе анализа пословиц и поговорок французского языка, выражающих положительное отношение к женщине, нами выявлена самая многочисленная подгруппа – «Роль женщины в быту»; подгруппы «Положительные возрастные изменения», «Умение красиво выразить мысли» наиболее малочисленные.

Как ни странно, но положительный образ женщины имеет гораздо менее частотную фиксацию в пословицах и поговорках, нежели отрицательный. Так, мы имеем в своем распоряжении образцы, подтверждающие положительные качества женщины.

La femme est la clef du ménage.

Образ мудрой, всезнающей женщины, хранительницы очага воссоздается благодаря этому примеру. Женщина заботится о благосостоянии семьи, мужа, детей. Женщина в руках, у которой спорится любая работа, от которой веет уютом, теплом, аурой красивого, ухоженного дома где-нибудь в деревне. Такую же окраску имеет и следующий пример:

La femme est le Bon Dieu de la maison.

Женщина - это неперенный атрибут жизни мужчины. Но её объятия могут быть как тихой гаванью в этом мире, так и ловушкой. Женщина - опасный

противник, логика которого непонятна для мужчины. Это мы можем увидеть из следующей пословицы:

On prend les femmes comme certaines forteresses, par leur issue secrète.

Результаты когнитивной интерпретации позволяют представить модель содержания исследуемого концепта:

- 1) образ мудрой, всезнающей женщины, хранительницы очага;
- 2) умеет вести дом;
- 3) умеет красиво говорить;
- 4) любящая мать.

На основе анализа пословиц и поговорок французского языка, выражающих положительное отношение к женщине, нами была предпринята попытка дать определение этому образу.

Женщина заботится о благосостоянии семьи, мужа, детей; в руках женщины спорится любая работа, от женщины веет уютом, теплом, вокруг нее аура красивого, ухоженного дома.

Гак В.Г. Новый большой французско – русский фразеологический словарь. – Москва: «Русский язык-Медиа», 2005. – 1790 с.

Попова З.Д., Стернин И.А.. Когнитивная лингвистика. - М.: «Восток-Запад», 2007.
<http://sterninia.ru/>.

Л.А. Кривенко

Особенности семантем сопоставимых лексем «время» и «time»

В данной статье рассматривается национальная специфика семантем лексем *время* и *time*, входящих в сто наиболее частотных субстантивных лексем по данным Частотного словаря С.А. Шарова и Списка частотности Британского национального корпуса.

По типологии М.А. Стерниной лексема *время* является многосемемной, в ее семантеме отмечено восемь семем: семема Д1, семема Д2 и шесть семем К1. Лексема *time* – сверхгиперсемемная, ее семантема включает в себя 26 семем: семему Д1, две семемы Д2 и 23 семемы К1 (Стернина 1999, с. 42).

Исследование проводилось по четырем аспектам: аспекту развития лексической полисемии, аспекту развития лексико-грамматической полисемии, аспекту семемной представленности семантемы и аспекту коммуникативной релевантности семем (Кривенко 2013, с.16). Под лексико-грамматической полисемией мы вслед за М.А. Стерниной понимаем полисемию, при которой каждому новому набору лексических сем соответствует отдельная лексико-грамматическая сема (Стернина 1999, с. 25). Под коммуникативной релевантностью семемы мы понимаем ее востребованность на определенном этапе развития языка (Кривенко 2013, с.8). Отметим, что предлагаемое исследование проводилось с использованием разработанных в рамках сопоставительно-параметрического метода формализованных параметров и шкал (Стернина 2014).

Аспект развития лексической полисемии был исследован с помощью индекса лексической полисемантической семантемы и индексов денотативной и коннотативной лексической полисемантической семантемы.

Семантема лексемы *время* характеризуется *абсолютной* степенью выраженности лексической полисемии (100%), а семантема лексемы *time* имеет *яркую* степень выраженности данного явления (показатель индекса равен 35%).

Исследование показало, что лексема *время* имеет *заметную* денотативную лексическую полисемантическую (показатель индекса равен 14%) и *высокую* коннотативную лексическую полисемантическую (показатель индекса равен 86%). Что касается лексемы *time*, то она обладает низкой денотативной лексической полисемантической (показатель индекса равен 7%) и *гипервысокой* коннотативной лексической полисемантической (показатель индекса равен 93%).

Для характеристики **аспекта развития лексико-грамматической полисемии** были использованы следующие формализованные параметры: индекс лексико-грамматической полисемии, индекс лексико-грамматической вариантности, индекс частеречной (глагольной / субстантивной / адъективной / адвербиальной / с семой вводного слова) представленности семантемы.

По данным исследования, лексема *время* лексико-грамматической полисемии ни в одном из ее видов не развивает, поскольку характеризуется индексами лексико-грамматической полисемии и лексико-грамматической вариантности, равными 0.

Семантема лексемы *time* имеет *яркую* степень развития лексико-грамматической полисемии: показатель соответствующего индекса равен 35%. В ее состав входят шесть семем K1v: «назначать или устанавливать время, приурочивать» (*He timed his arrival for six o'clock*), «ставить (часы), задавать темп; регулировать механизм» (*to time one's watch*), «отмечать по часам; засекать; определять время; хронометрировать» (*to time the speed of work*), «рассчитывать, устанавливать продолжительность» (*it is timed to run for 48 hours*), «выделять время для определённого процесса» (*to time one's exposure correctly*), «совпадать, биться в унисон» и три семемы K1a: «снабженный часовым механизмом» (*time lock*), «связанный с покупками в кредит или платежами в рассрочку», «подлежащий оплате в определённый срок».

Семантема лексемы *time* характеризуется также *заметной* степенью развития лексико-грамматической вариантности – показатель соответствующего индекса составляет 12%. В состав семантемы входят семема D1n/a «время, длительность существования всего происходящего, всех явлений и предметов, измеряемая веками, годами, часами, минутами и т.д. / связанный со временем» (*I used to spend a lot of time in demanding places like the Andes and in remote parts of Africa / ... time limits*), семема D2n/v «темп, такт / делать в такт» (*to quicken the time / to time one's steps to the music*) и семема K1n/v «время выполнения чего-либо / рассчитывать по времени» (*The poem would arrive in two days' time / to time oneself well*).

Отметим, что лексема *time* характеризуется *заметной* денотативной лексико-грамматической полисемантической – показатель индекса составляет 17% и *высокой* коннотативной лексико-грамматической полисемантической – показатель индекса равен 83%.

Что касается частеречной представленности, то семантема лексемы *время* характеризуется *абсолютной* субстантивной представленностью – показатель индекса равен 100%. Семантема лексемы *time* имеет *значительную* субстантивную представленность, что подтверждает показатель соответствующего индекса 65,4%, *яркую* глагольную представленность – показатель индекса составляет 30,8% и *заметную* адвербиальную представленность, на что указывает показатель индекса 15,4%.

Аспект семемной представленности семантемы был охарактеризован при помощи следующих параметров: индекс эндемичности семантемы и индекс семемной плотности семантемы.

Очевидно, что семантемы сопоставимых лексем, помимо одинаковых, включают и эндемичные семемы, то есть семемы, присутствующие в семантеме только одной из сопоставимых лексем изучаемых языков. Установлено, что в семантемах обеих лексем присутствуют следующие сопоставимые семемы: семема D1n «длительность существования всего происходящего, всех явлений и предметов, измеряемая веками, годами, часами, минутами и т.д.» (*Классика, она вне времени и веяний моды / How much time was that going to take?*) и три семемы K1n: «времена, пора, эпоха, эра» (*Предлагаемые обязательные работы немного отличаются от действовавших в советское время работ исправительных / new times*), «благоприятный, подходящий момент для чего-либо» (*Самое время навестить родных и старых приятелей / Time to go home to a warm fire*) и «период времени, сезон, пора, время, долгое время» (... *в связи с отсутствием компенсации расходов подача горячей воды в летнее время экономически не целесообразна / If you visit during the summer time it closes an hour later — at bpm*).

Отметим, что семантема лексемы *время* характеризуется *значительной* эндемичностью, о чем свидетельствует показатель индекса 50%, а семантема лексемы *time* имеет *высокую* эндемичность, что подтверждает показатель индекса 85%. Приведем в качестве примера несколько эндемичных семем каждой из лексем. Так, например, семантема лексемы *время* включает семему D2n «категория глагола, относящая действие посредством специальных форм в план настоящего, прошлого или будущего» (*Изменим только временную перспективу совершения действия, т. е. заменим прошедшее время глагола будущим временем*), семему K1n «отрезок, промежуток в последовательной смене часов, дней, лет и т.п.» (*Но, наверное, придётся здесь какое-то время поработать...*), семему K1n «часы, момент, отведенные для чего-либо, в которое происходит что-либо» (*Очереди за кофе и бутербродами в рабочее время и в перерывах были практически одинаковыми*) и семему K1n «свободные от обычных занятий часы, дни, досуг» (*Дескать, у супругов, вымотанных круглосуточной вахтой, друг на друга не остаётся ни времени, ни сил*). В состав семантемы лексемы *time* входят эндемичная семема K1n «обозначение однократного действия при подсчете, указании на количество» (*It is better to feed your fish several times a day with small amounts than one huge feed per day*), семема K1n «раз, случай» (*The result has been the same each time*), семема K1n «час, точное время; момент, мгновение; определённый момент, определённое время; время прибытия или отправления (поезда)» (*He came in time*) и еще 19 эндемичных семем.

Как уже было отмечено, семантема лексемы *время* включает восемь семем, а семантема лексемы *time* – 26. Отметим, что при сравнении объема семантем за

100% мы принимаем семемную плотность семантемы, содержащей большее количество семем, в данном случае – это лексема *time*. Таким образом, индекс семемной плотности семантемы лексемы *time* составляет 100%, а лексемы *время* – 31%.

Для характеристики *аспекта коммуникативной релевантности* использовались следующие параметры: индекс коммуникативной релевантности семемы и индексы коммуникативной релевантности денотативных и коннотативных семем в семантеме.

Исследование показало, что в семантеме лексемы *время* все семемы оказались коммуникативно релевантными, причем наибольшей коммуникативной релевантностью характеризуется семема Д1п «длительность существования всего происходящего, всех явлений и предметов, измеряемая веками, годами, часами, минутами и т.д.» (*Классика, она вне времени и веяний моды*) с *высоким* показателем индекса – 81,2%. Остальные семь зафиксированных семем данной лексемы проявляют *низкую* степень коммуникативной релевантности: их индексы коммуникативной релевантности находятся в диапазоне от 0,1% до 8,5%. В целом семантема данной лексемы демонстрирует *высокую* денотативную коммуникативную релевантность (показатель индекса составляет 81,3%) и *низкую* коннотативную коммуникативную релевантность (показатель индекса равен 18,7%).

В семантеме лексемы *time*, по нашим данным, из 26 семем коммуникативно релевантными оказались восемь, из них пять семем имеют *заметную* коммуникативную релевантность: их соответствующие индексы находятся в промежутке от 11,1% до 22,5%, а три семемы характеризуются *низкой* коммуникативной релевантностью с показателями индекса от 5,7% до 7,1%. Остальные 18 семем оказались коммуникативно нерелевантными, в нашей выборке примеров они не встретились.

В целом семантема данной лексемы демонстрирует *заметную* денотативную коммуникативную релевантность (показатель индекса равен 22,5%) и *высокую* коннотативную коммуникативную релевантность (показатель индекса составляет 77,5%).

Анализ показал, что по аспекту развития лексической полисемии пара сопоставимых лексем *время* – *time* характеризуется *яркими* национально-специфическими различиями, на что указывает показатель интегрального индекса по данному аспекту – 24,3%. По данным исследования, по аспекту развития лексико-грамматической полисемии и аспекту семемной представленности семантемы национально-специфические различия можно квалифицировать как *существенные*, что подтверждают показатели интегрального индекса по данным аспектам – 64,2% и 51,8% соответственно. По аспекту коммуникативной релевантности национально-специфические различия оказались *заметными*, о чем свидетельствует показатель интегрального индекса – 2,5%.

В целом национальная специфика пары сопоставимых лексем *время* – *time*, исходя из среднего интегрального индекса по рассмотренным аспектам (37,5%), может квалифицироваться как *гипервыраженная*.

Стернина М.А. Лексико-грамматическая полисемия в системе языка / М.А. Стернина. – Воронеж, 1999. – 160с.

Стернина М.А. Сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований. – Воронеж: «Истоки», 2014. – 115 с.

Ю.А.Литвинова

Слово “city” в американском художественном тексте

Мы проанализировали примеры языковой объективации лексемы “city” в текстах современной американской художественной литературы. Было проанализировано 11 романов: R. Gibson “I’m In No Mood For Love”, A. Drake “The Love Child”, Т. Capote “The Grass Harp”, “Breakfast at Tiffany’s”, Ch. Dodd “Priceless”, S. Sheldon “Nothing Lasts For Ever”, “Bloodline”, Laurie R King “Folly”, Barbara Taylor Bradford “Everything to Gain”, M. Puzo “The Dark Arena”, “The Sicilian”.

Общее количество употреблений слова “city” в этих произведениях составило 126.

Была зафиксирована актуализация следующих семантических компонентов (сем):

1. населенный пункт 51; *On Samuel’s birthday his father took him to the city of Krakov for the first time.* (S. Sheldon. Bloodline); *They went up to Coit Tower for a view of the city.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever); *The next time Sebastian drove into Boise, he was on his way home from a ski trip in Park City, Utah, where he’d met up with some of his journalism friends.* (R. Gibson. I’m In No Mood For Love)

2. крупный 7; *She met factory managers and their families in large cities like Bombay.* (S. Sheldon. Bloodline); *He spent the 1-st 3 days simply walking around the huge city.* (S. Sheldon. Bloodline)

3. есть центр 3; *The caravan rode against the tide of the world coming to the center of the city.* (M. Puzo. The Dark Arena.); *He watched the German workers walking briskly to the corner where they could catch a strassenbahnen to the heart of the city.* (M. Puzo. The Dark Arena.)

4. уютной 2; *He had an early flight out in the morning and was more than ready to relax in the hotel lounge, away from the teeming city.* (R. Gibson. I’m In No Mood For Love)

5. есть окраины 2; *She was driven to a small apartment on the outskirts of the city.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

6. есть магазины 2; *There were 36 stores on the list, spread all over the city.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever); *She was the fashion director at Bergman’s, one of the city’s most exclusive department stores.* (B. T. Bradford. Everything To Gain)

7. наличие больниц 2; *He roared the jeep into action and made the turn that would take him to the city hospital.* (M. Puzo. The Dark Arena); *Embarcadero County Hospital was a city within a city. There were over 9 thousand people employed at the hospital, including 400 staff physicians, 150 part-time voluntary physicians, 800 residents, and 3,000 nurses, plus the technicians, and unit aids, and other technical personnel.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever);

8. шумный 1; *Kat was staring out the window of her bedroom, listening to the sounds of the city.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever);

9. много людей 1; *You know, like what if under here was a huge cave filled with diamonds and things, sparkling in the torchlight, and the whole **city** of people.* (L.R.King. Folly);

10. наличие цивилизации 1; *But in that hour Michael and Andolini went from the civilization of a **city** to the primitive culture of the Sicilian countryside.* (M. Puzo. The Sicilian)

11. наличие свалок 1; *The outskirts were an ugly sprawl of mills and factories, a **city** dump and a giant grave yard of once beautiful automobiles, now useless old hulks good only for scrap.* (S. Sheldon. Bloodline);

12. большой выбор товаров 1; *They had gone into the **city** to buy finery for the Festa not available in the small town.* (M. Puzo. The Sicilian)

13. наличие бедных районов 1; *Here in the ghetto, at the edge of the **city**, they were forced to fight the holocaust by hand, with water drawn from their wells, and scores of people formed bucket brigades to drown the flames.* (S. Sheldon. Bloodline)

14. много огней 1; *The pale ink –washed sky above them glowed with a citrus beam gathered up from a billion **city** lights.* (A. Drake. The Love Child)

15. многоэтажные здания 1; *My first toys were Erector sets. It's exciting to dream about smth and then watch that dream become concrete and bricks and stone, and soar up into the sky and become a part of the **city** you live in.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

16. наличие городского транспорта 1; *The fare by **city** bus Number 351, to the same area, is 7.5 francs no trip required.* (S. Sheldon. Bloodline)

17. есть почта 1; *The new **City** post Office will be closed.* (S. Sheldon. Bloodline)

18. наличие отелей 1; *Two hours later, Helene and her husband, Charles, were in their suite in the Ritz Hotel in the **city**, lying on the rug in the front of fireplace.* (S. Sheldon. Bloodline)

19. промышленный 1; *Unlike the rest of Sardinia, Olbia was an industrial **city**.* (S. Sheldon. Bloodline);

20. в городе есть морг 1; *Later that night, accompanied by my mother, David, and Sarah, I was escorted by the detectives to Bellevue Hospital, where the New York **City** Morgue was located.* (B.T. Bradford. Everything To Gain);

21. есть театры 1; *On this time Ken was watching "Rigolletto" at the **San Francisco** Opera House and enjoying every minute.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

22. наличие банков 1; *You might check with **San Francisco** Fidelity Bank.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

23. есть рынки 1; ***San Francisco** has a much bigger market.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

24. широкие улицы 1; *The oldest street in **San Francisco** is a Grant Avenue, the longest is Mission Street-7.5 miles long – the widest is Van Ness Avenue at 125 feet, and you `ll be surprised to know that the narrowest, DeForest Street, is only four and a half feet.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

25. много аптек 1; *There are probably two or three hundred pharmacies in **San Francisco**.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever);

26. эстетичный 1; *He had prospered enough to buy a beautiful house in the **city**.* (S. Sheldon. Bloodline)

27. проходят торжественные мероприятия 1; *To Paige, the parade seemed to be moving around the **city** at random.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

28. летом жаркий 1; *All this, combined with the **city** heat of the summer, had reduced me to a state of nervous inertia.* (T. Capote. Breakfast at Tiffany`s)

29. большая роль денег 1; *For that **city**, money commands.* (M. Puzo. The Sicilian);

30. наличие опустившихся жителей 1; *This year ladies and their maids jostled with tradesmen and the scum of the **city** to cling close to Change Alley.* (Christina Dodd. Priceless);

Референтные признаки 32:

1. старый 4; *He took her to the south because she told him she wanted to see the Sierra Nevada and the old Moorish **cities** of Seville and Granada which she had read about in history books.* (A. Drake. The Love Child); *The moon disappeared and the ancient **city** vanished into the darkness.* (M. Puzo. The Sicilian.);

2. любимый 3; *He was a man who was at home in a dozen capitals of the world, but Isanbul was one of the most favourite **cities**.* (S. Sheldon. Bloodline);

3. темный 3; *He could see a lone streetcar with its yellow light moving slowly through the blackness of the **city**.* (M. Puzo. The Dark Arena.); *Four great stages of light cast a burning shield against the darkness of the **city** and the night...* (M. Puzo. The Dark Arena.)

4. есть реки, озера 2; *She went sailing on the **city** lakes and took boat rides on the Mississippi.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

5. на побережье 2; *M. and S. Andolini got into the Fiat and drove through the central square and onto the road that led to Castelvetro and the coastal **city**.* (M. Puzo. The Sicilian);

6. туманный 1; *The mist from the **city** they had left behind had stolen through the graves and stones.* (M. Puzo. The Dark Arena.)

7. умирает много людей 1; *People are dying all over the **city**, why does my body have to be so d—d healthy?* (L.R.King. Folly)

8. известный 1; *He soon had the shy Lucy eating out of his hand, not only agreeing to all his suggestions on the concertos she would most love to learn and the prominent **cities** and concert halls it was essential she should perform at, but venturing to make suggestions of her own.* (A. Drake. The Love Child)

9. есть детективы 1; *These are detectives from the **city**.* (M. Puzo. The Dark Arena)

10. вызывает негативные эмоции 1; *The banquet was in Glasgow, a **city** Alec hated.* (S. Sheldon. Bloodline);

11. вызывает страх 1; *I wanted to escape New York, which I now loathed. The **city** filled me with fear.* (B.T. Bradford. Everything To Gain);

12. есть святой покровитель 1; *There was another separate chapel, the silver shrine, holding a thousand-pound statue of St. Rosalie, the patron saint of Palermo, which the citizens of the **city** carried through the streets on her holy day.* (M. Puzo. The Sicilian);

13. грешный 1; *In the Ruperbahn section of Hamburg the streets were crowded with visitors eager to experience the forbidden pleasures of the **city** of sin.* (S. Sheldon. Bloodline);

14. родной 1; *The landmarks leading into Germany were more familiar to him than the approaches to his own land, his own **city**.* (M. Puzo. The Dark Arena);

15. шумный 1; *How do you like San Francisco? - It's an interesting **city** but I feel as though I am a stranger here. It's too big, too noisy.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

16. пыльный 1; *A hot dust rose in the air and a curious smell, like charred flesh, came from that dust, as if under the shifting floor, underground fires were raging all through the **city**, hidden by similar ruins.* (M. Puzo. The Dark Arena)

17. здесь есть все, что нужно человеку 1; *There is nothing else I would want to do, or any other place I would want to live. This is a fabulous **city**. It has everything anyone could want.* (S. Sheldon. Nothing Lasts Forever)

Сочетаемость 4:

1. city shoes 2; *(She ducked into the rent and threw off her dirty work clothes, grabbing up a wrinkled shirt and trousers, exchanging mud-caked boots for city shoes.* (L.R.King. Folly);

2. city suit 1 *Then I shall have to break off the work on the tower windows to build another chair on which my guest may rest his city suit.* (L.R.King. Folly)

3. city dwellers 1; *She had water and a rudimentary shower, she had walls that were raw and unfinished but of sufficient solidity to reassure city dwellers, and she had a capacious privy, the use of which would no doubt be good for her guests, spiritual development.* (L.R.King. Folly)

Семный состав значения слова city в художественном тексте

Для всех семантических компонентов, выявленных в результате исследования текстов художественной литературы, был выявлена частотность их текстовой актуализации. Формулировки некоторых сем были обобщены. В процессе семантической интерпретации обрабатываются все полученные признаки, включая единичные.

СИСТЕМНЫЕ СЕМЫ

1. населенный пункт 51
2. большой 7
3. наличие центра 3
4. развитая торговля 3
5. быстрый ритм жизни 2
6. наличие оздоровительных учреждений 2
7. наличие окраин 2
8. наличие удобств для жизни 1
9. шумный 1
10. наличие почты 1
11. многолюдность 1
12. наличие свалок 1
13. много огней 1
14. наличие бедных районов 1
15. наличие многоэтажных зданий 1
16. наличие городского транспорта 1
17. наличие отелей 1

18. промышленный 1
19. наличие морга 1
20. наличие театров 1
21. наличие банков 1
22. наличие рынков 1
23. широкие улицы 1
24. многочисленность аптек 1
25. эстетичный вид 1
26. проходят торжественные мероприятия 1
27. летом жарко 1
28. большая роль денег 1
29. наличие опустившихся жителей 1

Референтные признаки 32:

старый 4; крупный; любимый; темный 3; есть реки, озера; на побережье 2; туманный; умирает много людей; известный; есть детективы; вызывает негативные эмоции; вызывает страх; есть святой покровитель; грешный; родной; здесь есть все, что нужно человеку; пыльный 1.

Таким образом, коммуникативное значение слова city может быть сформулировано следующим образом:

Населенный пункт 51, большого размера 7, есть центральная площадь, развита торговля 3, есть окраины, оздоровительные учреждения, протекает быстрый ритм жизни 2; шумный, есть удобства для жизни, почта, много людей, огней, свалки, бедные районы, многоэтажные здания, городской транспорт, отели, морги, театры, банки, рынки, широкие улицы, промышленный, эстетичный, проходят торжественные мероприятия, летом жаркий, много аптек, большая роль денег, наличие опустившихся жителей 1.

Референтные признаки:

старый 4; крупный; любимый; темный 3; есть реки, озера; на побережье 2; туманный; здесь умирает много людей; известный; есть детективы; вызывает негативные эмоции; вызывает страх; есть святой покровитель; грешный; родной; здесь есть все, что нужно человеку; пыльный 1.

Для коммуникативного значения оказываются релевантными следующие семантические параметры:

- Архисема
- Описательные материальные признаки
- Размер
- Административная организация
- Происходящие процессы
- Оценочные признаки
- Референтные признаки

Архисема (родовой признак) 51

Населенный пункт 51

Описательные материальные признаки 24

Развита торговля 3, оздоровительные учреждения, окраины 2, удобства для жизни, почта, свалки, бедные районы, многоэтажные здания, много огней, городской транспорт, отели, морг, театры, банки, рынки, широкие улицы, промышленный, много аптек, опустившиеся жители, велика роль денег 1.

Размер 8

Большой 7, много людей 1

Административная организация 3

Есть центр 3

Происходящие процессы 1

Протекает быстрый ритм жизни 2, проходят торжественные мероприятия 1

Оценочные признаки 3

Положительная оценка 1

Оценочные семы – эстетичный 1

Отрицательная оценка 2

Оценочные семы – шумный, летом жарко 1

Референтные признаки 30:

старый 4; крупный; любимый; темный 3; есть реки, озера; на побережье 2; туманный; здесь умирает много людей; известный; есть детективы; вызывает негативные эмоции; вызывает страх; большая роль денег; есть святой покровитель; грешный; родной; здесь есть все, что нужно человеку; наличие опустившихся жителей; пыльный 1.

Полевое описание коммуникативного значения показывает следующую картину:

Ядро

Населенный пункт - 51

Ближняя периферия

Крупный -10

Дальняя периферия

старый 4, есть центр, развита торговля, любимый, темный 3, быстрый ритм жизни, оздоровительные учреждения, шумный, есть реки, озера, окраины, на побережье 2.

Крайняя периферия

есть удобства для жизни, опустившиеся жители, почта, много людей, огней, свалки, бедные районы, многоэтажные здания, городской транспорт, отели, морги, театры, банки, рынки, широкие улицы, пыльный, промышленный, есть все, что нужно человеку, эстетичный, проходят торжественные мероприятия, туманный, жаркий, здесь умирает много людей, известный, есть детективы, проходят похоронные марши, вызывает негативные эмоции, вызывает страх, большая роль денег, много аптек, есть святой покровитель, грешный, родной 1.

Характерной чертой коммуникативного значения слова «city» в английском языке является наличие яркой архисемы (51 объективация), которая эксплицитно объективирована авторами текстов. Следовательно, данная лексема актуализируется в художественном тексте авторов, прежде всего, как населенный пункт.

Выявлена достаточно яркая зона описательных материальных признаков – 24 актуализации. В значении выявляются признаки, указывающие на большой размер данного населенного пункта – 8 объективаций. Оценка в значении исследуемого слова выражена слабо и объективирована 2 отрицательно-оценочными семами и одной положительно-оценочной семой. Что же касается эмоции, то эмоциональных признаков выявлено не было.

Большую роль в коммуникативном значении играют референтные признаки – 30 актуализаций. Такое количество референтных признаков свидетельствует о том, что авторы художественных текстов разнообразно и образно характеризуют конкретные города в своих произведениях, это характерная черта художественного текста.

Коммуникативное значение лексемы “city” по данным художественной литературы представлено небольшим количеством семантических параметров. Наиболее актуальными из них являются *родовой признак* - 51 актуализация и референтные признаки – 3 объективаций.

Мудрова Л.Д., Бынкина А., Неретина Д.

Ассоциативная структура тематической группы «Школа»

Среди множества подходов к изучению лексики как системы выделяется психолингвистический подход, который предполагает изучение ассоциативных структур, которые объединяются информантом по ассоциации со словом-стимулом. Слова-стимулы вступают в ассоциативные связи с другими словами чаще всего по общности значений.

Цель нашего исследования - проанализировать ассоциативную структуру некоторых слов тематической группы «школа» и определить, как зависит эта структура от профессиональной принадлежности информанта (ИИ), а также сопоставить полученные результаты с данными подобного эксперимента, который проводился в 1980 году.

В состав анализируемой группы были включены слова **школа, дневник, учитель, ученик, перемена, учебник, урок, класс.**

Всего в эксперименте приняли участие 100 ИИ: учителя - 30 ИИ, выпускники (давно окончившие школу) - 30 ИИ, ученики 7-10 классов - 20 ИИ.

Испытуемым предлагалось назвать первое пришедшее в голову слово, ассоциативно связанное с называемым словом-стимулом.

В результате были выявлены ассоциативные ряды как общие для всех групп (ассоциаты, встретившиеся во всех трех группах), так и для каждой группы отдельно.

Школа (общая ассоциативная структура - ОАС) - дети, ученик, учитель, класс, здание, знания.

Учителя: дети, дом, ученик, учитель, работа, образование, учение;

Выпускники: учитель, одноклассник, учеба, класс, здание, друзья, знания;

Ученики: ученик, урок, знания, учитель, оценки, здание, учеба, двойка, школьники.

Дневник ОАС - оценка, пятерка, двойка, журнал, расписание.

Учителя: оценка, пятерка, двойка, порванный, незаполненный, записи, документ, чистый, грязный;

Выпускники: оценки, школа, двойка, бумага, успехи, пятерка;

Ученики: расписание, двойка, оценки, пятерка, журнал, забыл, домашнее задание;

Перемена ОАС – шум, отдых, беготня, звонок, веселье.

Учителя: шум, отдых, беготня, ужас, урок;

Выпускники: звонок, урок, отдых, общение, школа, шум, друзья, одноклассники;

Ученики: отдых, веселье, шум, звонок, урок, столовая, школа, общение.

Учитель ОАС - ученик, знания, урок, школа, доска, учеба, человек, класс, указка.

Учителя: ученик, строгий, призвание, знания, любимый, ответственность, педагог, человек с большой буквы, школа;

Выпускники: урок, школа, кабинет, доска, ученик, учеба, человек в костюме, мудрец, наставник, гуру;

Ученики: человек, ученик, злой, доска, школа, знания, класс, урок, указка, двойка, математичка, наставник, мучитель, старый, нормальный.

Урок - ОАС - 45 минут, тишина, класс, учитель, учеба;

Учителя: 45 минут, работа, перемена, тишина, класс, открытие, учитель;

Выпускники: учитель, задание, учение, знание, подготовка, тишина;

Ученики: 45 минут, перемена, тишина, класс, звонок, учеба, доска, учитель;

Класс - ОАС дети, кабинет, урок, парта, большой, дружба, ученики, друзья;

Учителя: дети, кабинет, урок, парта, большой, работа, дружба, ученики;

Выпускники: альбом, одноклассники, воспоминания, весело, дружба, большой;

Ученики: друзья, доска, кабинет, уроки, ученики, дружба.

Ученик – ОАС - портфель, форма, учитель, школа, уроки, учитель, человек;

Учителя: ребенок, лентяй, отличник, портфель, школа, уроки, учитель, трудно;

Выпускники: портфель, форма, мученье, оценки, учитель, школа, уроки;

Ученики: школа, человек, школьник, форма, отличник, учитель, дневник, портфель, класс, двоечник, школа.

Учебник – ОАС - книга, знание, задание, домашняя работа, страница, читать, интересно.

Учителя: книга, знание, задание, интересно, чтение, полезно, наука;

Выпускники: книга, знания, задания, домашняя работа, тяжесть, интересно;

Ученики: страницы, читать, книга, урок, интересно, домашняя работа;

Сопоставление полученных данных показало, что ассоциативные ряды в разных группах не всегда совпадают.

Так, у выпускников на слово **школа** вместо ассоциата *ученик* появляются слова *одноклассник* и *друзья*, а у учеников **школа** ассоциируется с *оценкой*.

У слова **дневник** у учителей много оценочных ассоциатов *порванный, незаполненный, чистый, грязный*.

У слова **перемена** во всех группах отмечается единодушие: *отдых, шум, звонок, веселье*.

У слова **учитель** наблюдается большой разброс ассоциатов, отметим наличие оценочных реакций.

У учителей отмечаются ассоциаты *призвание, человек с большой буквы*, у выпускников – *мудрец, наставник, гуру*, а учеников - *злой, мучитель*.

В реакциях на слово-стимул **урок** все три группы проявляют единодушие: *45 минут, тишина, класс, учитель*.

В ассоциациях на слово-стимул **класс** проявилась его многозначность - *комната, где проходят занятия, и коллектив*. Интересно, что у выпускников это слово ассоциируется со словами: *альбом, воспоминания, одноклассники*.

У слова-стимула **ученик** также как и у слова-стимула **учитель** есть оценочные ассоциаты как позитивные - *отличник*, так и негативные – *лентяй* (у учителей)

Ассоциативные ряды у слова-стимула **учебник** не имеют больших различий во всех группах.

Полученные данные мы сопоставили с результатами эксперимента, который проводился в 1980 году.

Результаты эксперимента

Школа - ученики, дети, класс, здание, учитель, уроки, детство, работа;

Учителя: ученики, дети, работа, класс, здание, учитель;

Выпускники: дети, ученики, детство, класс, здание;

Ученики: ученики, учитель, класс, здание, уроки, друзья;

Дневник – оценки, двойки, тетрадь, запись, расписание, журнал;

Учителя: оценки, двойки, грязный, запись;

Выпускники: оценки, двойки, тетрадь, запись, ученический;

Ученики: оценки, двойки, тетрадь, запись, расписание, журнал;

Перемена- отдых, шум, звонок, большая;

Учителя: отдых, шум, звонок;

Выпускники: отдых, шум, звонок, перерыв;

Ученики: отдых, шум, звонок, веселая;

Учитель – человек, строгий, журнал, урок, наставник, очки;

Учителя: человек, строгий, наставник;

Выпускники: человек, строгий, урок, ученик;

Ученики: строгий, журнал, человек, в очках;

Урок – учитель, ответы, тишина, знания, 45 минут, ученик, опрос, вопросы, скучно;

Учителя: тишина, учитель, объяснения, 45 минут, ученик;

Выпускники: учитель, объяснения, 45 минут, ученик знания;

Ученики: тишина, учитель, 45 минут, ответы, вопросы, ученик;

Класс- парты, ученики, учитель, комната, доска, дети;

Учителя: ученики, парты, дети, шум, доска, комната;

Выпускники: ученики, парты, учитель, шум, доска, комната;

Ученики: ученики, учитель, парты, учитель, комната;

Ученик – форма, человек, портфель, учитель, хороший, ребенок, школьник, школа;

Учителя: ребенок, человек, хороший;

Выпускники: форма, портфель, чернила, человек;

Ученики: форма, человек, портфель, учитель, школьник, умный;

Учебник – книга, знания, слова, интересный;

Учителя: книга, знания, чистый;

Выпускники: книга, знания, интересный;

Ученики: книга, знания, слова, упражнения;

Отметим, что у информантов в 80-е годы ушедшего в историю столетия в реакциях на слова-стимулы **ученик** и **учитель** нет негативных ассоциатов. У слова **учитель** во всех группах присутствует реакция *строгий*.

Сопоставление ассоциативных рядов, полученных при проведении сходных экспериментов в разное время позволяет сделать вывод, что ассоциативная структура слов, сложившаяся у носителей языка, не подвергается существенным изменениям во времени.

Мэй Цзылинь

Лексика перцептивного модуса «осязание» в рекламном тексте

Как известно, целью рекламного текста является воздействие на потенциального потребителя. Такое воздействие осуществляется в двух направлениях: рациональном и эмоциональном. При осуществлении эмоционального воздействия важную функцию выполняет перцептивная лексика, к числу которой относятся и единицы, репрезентирующие различные аспекты процесса осязания.

Рассматривая частные формы человеческого восприятия, А.Р. Лурия определяет **осязание** как сложную форму чувствительности, включающую в свой состав как элементарные, так и сложные компоненты (Лурия 2006, с.129). К первым относятся ощущение *холода и тепла* и ощущение *боли*, ко вторым – собственно *осязательные ощущения (прикосновения и давления)* и *кинестетическая чувствительность*, позволяющие определить положение конечностей в пространстве (с. 130].

Названия осязательных ощущений используются при рекламе разного рода средств декоративной и оздоравливающей косметики, продуктов питания, предметов роскоши, строительных материалов, сферы обслуживания.

Наиболее часто используются лексические единицы, называющие температуру, особенности внутренней и внешней структуры – мягкость/жесткость, нежность, гладкость, упругость, а также такие параметры,

как влажность, параметрические характеристики и др. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

К тактильным ощущениям, воспринимающим особенности текстуры поверхности, относятся различие **степени мягкости и жесткости структуры** рекламируемого товара. Чаще всего рекламодатели апеллируют к ассоциациям, которые вызывает у реципиента слово «мягкий», поскольку данная лексема имеет два значения: 1. легко поддающийся давлению, сжатию, малоупругий, эластичный; 2. приятный на ощущение, не раздражающий. Это слово вызывает у реципиента положительные ассоциации, что, несомненно, отражается на восприятии рекламного объекта. Например:

*Раскрывает чувства и придает коже **мягкость**. Гель для душа Palmolive.*

Часто в рекламном тексте приводится сравнение с предметом, мягкость которого известна реципиенту, а сам предмет вызывает положительные ассоциации: **бархат, кашемир**. Например:

*Клинекс – **мягкий бархат**! Туалетная бумага Клинекс.*

*Окупись в **мягкость кашемира**, принимая душ. Гель для душа Palmolive.*

В приведённых примерах лексема *мягкость* употреблена в составе метафорических сочетаний. Такое же употребление представлено и в следующих контекстах:

***Мягкое** золото с **твердым** характером. Колготки «Золотая грация».*

*Новая **волна мягкости**. Водка Nemiroff delikat.*

Для усиления воздействия на реципиента могут быть использованы лексические средства, указывающие на высокую степень мягкости, например:

***Удивительно мягкое** удаление волос. Эпилятор Silk-epil Xpressive.*

Кроме того, в целях усиления воздействия используют конструкции, основанные на контрасте. Например:

***Мягкое** золото с **твердым** характером. Колготки «Золотая грация».*

*ХрусTeam. 100%-ный хруст. Не слишком **жесткие**, не слишком **мягкие**. Сухарики хрусTeam.*

*От **соломы** до **мягкости** только одна минута. Маски для волос против ломкости Loreal Elseve.*

В число ощущений, которые воспринимаются органами осязания, входит и признак **нежности** как свойства текстуры поверхности предмета. Слово *нежный* имеет следующие значения: 1. ласковый, проявляющий любовь; 2. приятный, тонкий, не грубый. В рекламном тексте используется, как правило, второе из них. Например:

*«Бархатные ручки» - **нежность** в каждом прикосновении рук.*

*Более **нежная и шелковистая** кожа **через 5 дней** Palmolive Вита масло.*

Этот признак в рекламном тексте часто подчёркивается и усиливается при помощи сравнения с шёлком и сочетанием форм сравнительной и положительной степени прилагательного, а также сочетанием обоих средств. Например:

***Нежнее нежного**. Мыло красная линия.*

*Florena...и моя кожа **нежнее шелка**. Косметика Florena.*

*Более **нежная и шелковистая** кожа **через 5 дней** Palmolive Вита масло.*

Однако нежность как перцептивное свойство поверхности предмета упоминается в рекламе редко. Способы передачи его мало отличаются от тех, что отмечены при обозначении мягкости.

Еще одно перцептивное свойство поверхности объекта, востребованное в рекламном тексте, – **гладкость**. Прилагательное *гладкий* и образованное от него существительное употребляются в рекламном тексте, как правило, в прямом значении: ровный, без выступов, впадин и шероховатостей. Возможно также употребление глагола *разгладить*, который имеет значение: расправить, сделать гладким, уничтожив складки, неровности. Например:

*Полный переворот! **Непревзойденная гладкость** нанесения. Rexona.*

***Неотразимо** гладкая кожа, к которой хочется прикоснуться. Электробритвы Braun.*

***Разгладьте контур**, придайте объем. Ваши губы наполнены молодостью. Коллагеновый наполнитель для губ Loreal.*

Степень обозначаемого признака подчёркивается и усиливается в этих примерах прилагательным *непревзойдённая* и наречием *неотразимо*. Достаточно часто перцептивный признак *гладкость* передаётся в рекламном тексте посредством сравнения с *шёлком* как эталоном этого качества. Например:

***Гладкие как шёлк** ноги – это намного проще, чем вы думаете! Эпиляторы Philips.*

Теперь вы можете сказать «да» прямым шелковистым волосам и «нет» непослушным прядям. Новая линия «Гладкие и шелковистые», обогащенная уникальной сывороткой, разглаживает ваши волосы по всей длине, делая их гладкими, как шелк! Dove.

***Гладкость и шелковистость** кожи в течение 4х недель. Восковые полоски Veet.*

В некоторых контекстах прилагательное *гладкий* может употребляться в составе метафорического сочетания, например:

*У твоей кожи – **гладкое будущее!** Оставь бритву в прошлом! Крем-гель для депиляции Veet.*

Кроме того, в рекламном тексте могут употребляться лексические единицы, репрезентирующие такой аспект перцептивного модуса «осознание», как телесный контакт, вызывающий приятные ощущения: **прикасаться, поцелуй, ласкающий**. Например:

*Satin Hair **Шелковое сияние** здоровых волос. На них хочется **смотреть**, к ним хочется **прикасаться**. Стайлеры для завивки волос Braun.*

*Чистота и здоровье кожи... **и для поцелуев** тоже! Средства ухода за кожей Clerasil.*

***Шоколад** словно **шелк** – столь же **ласкающий**, роскошный, обволакивающий... Это может быть только Dove. Молочный шоколад Dove.*

В этих примерах совмещаются ощущения разных модусов, что обуславливает более высокую степень воздействия на реципиента. А такие слова, как *ласкающий* и *поцелуй* апеллируют к одной из главных потребностей человека – потребности в любви. Поэтому прагматический потенциал подобной лексики достаточно высок.

Номинации тактильно воспринимаемых перцептивных признаков в рекламном тексте помогают реализовать следующие интенции:

- 1) обозначить положительное свойство рекламируемого объекта;
- 2) подчеркнуть положительные моменты процесса использования рекламируемого объекта;
- 3) представить положительную перспективу использования рекламируемого товара.

М.Е.Панкратова

Сопоставительно-параметрический анализ семантемы наречия *above*

Лексема *above* относится к числу наречий, семантизирующих компонент «наверху/вверху» в английском языке. С целью определения семантико-функционального статуса изучаемого наречия нами была проанализирована его семантема, определена коммуникативная релевантность каждой семемы и выявлена сочетаемость наречия с другими частями речи, в частности, с глаголами различных лексико-семантических групп (ЛСГ) и существительными.

При проведении исследования нами были использованы метод анализа словарных дефиниций и сопоставительно-параметрический метод (Стернина, 2014).

Материалом исследования послужили словарные статьи (Collins Cobuild on CD-ROM, Longman Dictionary of Contemporary English, Longman Language Activator, <http://eng-rus.slovaronline.com/>, <http://dictionary.cambridge.org/>) и данные Британского национального корпуса (<http://www.natcorp.ox.ac.uk/>), из которого была отобрана 1000 контекстов наречных употреблений изучаемой лексемы.

Для объективности исследования нами был использован введенный Л.А. Барановой (Кривенко) **индекс коммуникативной релевантности** семемы (ИКР), вычисляемый как отношение количества зафиксированных употреблений данного значения к общему количеству выявленных употреблений (Баранова (Кривенко) 2009, с. 50).

При проведении исследования нами также был использован ряд индексов, введенных нами ранее (Панкратова, 2013):

– **индекс представленности семы пространства/времени/количества/качества в семантеме наречной лексемы** — отношение количества семем с пространственной/временной/количественной/качественной семой к общему количеству семем в семантеме;

– **совокупный индекс коммуникативной релевантности пространственных/временных/количественных/качественных семем** — сумма показателей индексов коммуникативной релевантности семем с семой соответственно пространства, времени, количества, качества;

– **индекс статичности/динамичности семемы** — отношение количества зафиксированных статичных/динамичных употреблений семемы к общему количеству ее зафиксированных употреблений;

– **индекс сочетаемости наречия (ИС)** — отношение количества зафиксированных сочетаний наречия с глаголами или существительными к общему числу изученных употреблений наречия.

Проведенный анализ словарных дефиниций наречия *above* выявил следующие значения данной языковой единицы:

1. **“Наверху/наверх”**: *We could hear noises in the room above* (Longman

Activator); *The doctor was led above* (<http://eng-rus.slovaronline.com/>).

2. “**Выше (в письменном тексте)**”: *The letter was sent to the address given above* (<http://dictionary.cambridge.org/>).

3. “**Выше, более (количество)**”: *Banks have been charging 25 percent and above for unsecured loans* (Collins Cobuild).

4. “**Сверху (о социальном положении)**”: *The policemen admitted beating the student, but said they were acting on orders from above* (Там же).

5. “**На небо/на небе**”: *She has gone to her eternal rest above* (<http://eng-rus.slovaronline.com/>).

Проведенный анализ выявил у данной языковой единицы два пространственных (индекс представленности семы пространства равен 40%), два качественных (индекс представленности семы качества равен 40%) и одно количественное значение (индекс представленности семы количества равен 20%). Сема времени в семанте наречия не представлена. Таким образом, на основе анализа семантемы наречия *above* можно сделать вывод, что оно является в большей мере пространственным и качественным наречием, нежели количественным или временным.

Обратившись к анализу коммуникативной релевантности, мы получили следующие данные. Для наречия *above* наиболее частотным оказалось пространственное значение (совокупный индекс коммуникативной релевантности пространственных семем — 84%). При этом на долю пространственного значения «выше (в письменном тексте)» (*Several conclusions could be drawn from the results described above*) приходится 69%, а на долю семемы «наверху/наверх» (*I heard a strange noise coming from the room above*) — 15%.

Совокупный индекс коммуникативной релевантности качественных значений равен 10%, при этом значение «сверху» (*The revolution was organized from above*) характеризуется индексом в 8 %, а семема «на небо/на небе» - 2% (*God is above*).

Таким образом, на основании проведенного исследования коммуникативной релевантности семем, можно утверждать, что *above* является, прежде всего, пространственным наречием.

Обратимся к анализу сочетаемости наречия *above*. Начнем анализ с пространственного значения лексемы “выше (в письменном тексте)”, так как оно оказалось наиболее коммуникативно востребованным.

Наиболее частотными являются сочетания наречия *above* с существительными или изолированно при описании положения изображения на странице: *Above: All staff members in Northern Thailand* (ИС — 59%). Оставшийся 41% приходится на сочетания *above* с глаголами устной и письменной речи: *As discussed above...*

В значении «наверху/наверх» лексема *above* также имеет наибольший индекс сочетаемости в сочетании с существительными — 74%: *He lives in the apartment above*. Сочетаемость наречия с глаголами различных лексико-семантических групп характеризуется небольшими индексальными показателями. Так, индекс сочетаемости наречия с глаголами местонахождения (*to be*) и выступающими в этой же функции позиционными глаголами (*to sit, to stand*) составляет 8%, глаголами локализованного действия (*to circle*) — 5%, глаголами, описывающими появление в поле зрения наблюдателя (*to loom*) — 4%, глаголами процессуального действия (*to float*) — 4%, зрительной перцепции (*to glint*) — 3%, глаголами движения (*to lead*) — 2%.

Подобное взаимодействие наречия в этом значении с существительными и глаголами различных ЛСГ объясняется, в первую очередь, разграничением пространственного значения лексемы на статичный и динамичный варианты. Индекс статичности пространственной семемы наречия *above*, по данным нашего исследования, равен 76%, индекс динамичности — 24%, что свидетельствует о большей востребованности статичного варианта значения лексемы. Именно в этом варианте наречие употребляется с существительными, глаголами местонахождения, зрительной перцепции, локализованного и процессуального действия: *Ahead and above stood the Bissolotti crescent, all flickering lamps and din.*

Наречие *above* в динамичном значении сочетается с глаголами движения, однако такие случаи крайне редки (ИС — 2%): *The doctor was led above.*

Употребляясь в количественном значении «выше, более», лексема *above* сочетается исключительно с существительными, обозначающими количество: возраст, деньги, градусы и т.п.: *By the middle of the month, there had already been more than thirty days when the mercury reached ninety or above* (ИС — 100%).

Что же касается качественного значения «сверху», то оно проявляется в основном в сочетании с существительными и с предлогом *from*: *revolution from above, changes from above, orders from above* (ИС — 100%). Значение «на небе» также актуализируется в сочетании с существительными и глаголами местонахождения: *Holy God above.*

Из приведенных примеров видно, что основное пространственное значение рассмотренной лексемы — «выше (в тексте)», что свидетельствует о частотном употреблении наречия в письменной речи. Каждая из семем — пространственные, количественная и качественные — характеризуется схожей сочетаемостью наречия и существительного, что объясняется высоким индексом статичности. Дальнейшее сравнительное описание наречий, семантизирующих компонент «наверху/вверху» в английском языке, позволит выявить различия в их употреблении.

Баранова /Кривенко/ Л.А. Опыт выявления частотности семем // Культура общения и ее формирование. Вып. 21. — Воронеж: «Истоки», 2009. — С.50-52

Панкратова М.Е. Английские пространственные наречия с общим компонентом «вперед» // Культура общения и ее формирование. Вып. 27. — Воронеж: «Истоки», 2013. — С.90-99

Стернина М.А. Сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований: Монография / М.А. Стернина. — Воронеж: «Истоки», 2014 — 115 с.

Список словарей и источников примеров

<http://eng-rus.slovaronline.com/>

<http://dictionary.cambridge.org/>

Collins COBUILD Advanced Learner's English Dictionary on CD-ROM: HarperCollins Publishers, 2003.

Longman Dictionary of Contemporary English. — 3rd ed. — Harlow : Longman Group UK Limited, 1995. — 1370 p.

Longman Language Activator. — 3rd ed. — Harlow : Pearson Education Limited, 2003. — 1530 p.

<http://www.natcorp.ox.ac.uk/>

Психолингвистическое и лексикографическое значение слова «грымза»

Цель данного исследования – анализ лексикографического и психолингвистического значений лексемы «грымза».

Под лексикографическим значением мы понимаем дефиницию слова, представленную в толковом словаре. Покажем, каково лексикографическое значение исследуемого слова в различных словарях.

Грымза – *обл. моск. симб. бранное* старый хрыч, хрен, дрянной старичишка; старая карга; брюзгач, воркун (В.И. Даль).

Грымза – *Разг.-сниж.* О старом ворчливом человеке. *Старая г.!* (БТС).

Грымза – **1. разг.-сниж.** Старый и ворчливый человек. **2.** Употребляется как порицающее или бранное слово (Т.Ф. Ефремова).

Грымза – *прост.* О старом ворчливом человеке (МАС).

Грымза – (прост. бран.). Старый ворчун, ворчунья. *Старая грымза* (Д.Н. Ушаков).

Словарь синонимов: воркотунья, старая кочерыжка, старая хрычовка, старуха, страшилище, мымра, кикимора, старая карга, страхоморда, чувырла, хрычовка, уродка, дурнушка, брюзга, образаина, карга, ворчунья, старая перечница и др.

Анализ лексикографического значения лексемы «грымза» показал, что в большинстве толковых словарей современного русского языка слово «грымза» присутствует в словнике (только в словаре С.И. Ожегова она отсутствует).

Сформулируем обобщенное (интегрированное) лексикографическое значение лексемы «грымза»:

1. *разг.-сниж., прост., бран.* Старый ворчливый человек.

2. *прост.* Неприятный человек.

Первая семема указана во всех толковых словарях. Семема «неприятный человек» была отмечена только в двух словарях (Т.Ф. Ефремовой и В.И. Даля).

Представим примерную словарную статью «Грымза» Психолингвистического семантического словаря русского языка.

ГРЫМЗА

Ассоциативное поле

Грымза 102: крыса 7; ведьма, старая, грубая 5; вредина, вредная, некрасивая женщина, продавщица 4; старая бабка, старая калоша, тётка, ужасная старуха, учительница 3; вредная тётка, злюка, мымра, старая карга, старуха, стерва 2; бабушка, выхухоль, гадость, грызть, дрянь, злость, карга, плохой, противная, сварливая, служебный роман, старуха Шапокляк, страшная, сыр, ужас, училка, учитель, чёрствость, ябеда 1; отказ 18.

Психолингвистическое значение

1. Женщина пожилого возраста, вредная, некрасивая, злая

Женщина 5 (тётка 3, вредная тётка 2) пожилого возраста 19 (старая 5, старая бабка 3, старая калоша 3, ужасная старуха 3, старая карга 2, старуха 2, бабушка), вредная 10 (вредина 4, вредная 4, вредная тётка 2), некрасивая 7 (некрасивая женщина 4, мымра 2, страшная), злая 6 (злюка 2, старая карга 2, карга, злость), грубая 5 (грубая 5), сварливая 4 (стерва 2; сварливая, грызть), черствая 1 (чёрствость), ябедничает 1 (ябеда), вызывает неодобрение 25 (крыса 7; ведьма 5, ужасная старуха 3, мымра 2, стерва 2, старая карга 2, карга, дрянь, выхухоль, плохой) и чувство отвращения 3 (гадость, ужас, противная).

симиляры 17 – крыса 7; ведьма 5, вредина 4, злюка 2, мымра 2, стерва 2, старая карга 2, карга 1, дрянь 1, выхухоль 1

идентификация 11 – продавщица 4; учительница 3; училка, учитель, героиня российского/советского фильма «Служебный роман» 1 (служебный роман), старуха Шапокляк 1 (старуха Шапокляк)

Оценочная характеристика:

неоценочное 10 – продавщица 4; учительница 3; бабушка, служебный роман, учитель

неодобрительное 73 – крыса 7; ведьма 5, старая 5, грубая 5; вредина 4, вредная 4, некрасивая женщина 4, старая бабка 3, старая калоша 3, тётка 3, ужасная старуха 3, вредная тётка 2, злюка 2, мымра 2, старая карга 2, старуха 2, стерва 2; выхухоль, гадость, грызть, дрянь, злость, карга, плохой, противная, сварливая, старуха Шапокляк, страшная, ужас, училка, чёрствость, ябеда

одобрительное 0

Эмоциональная характеристика:

неэмоциональное 55 – старая 5, грубая 5; продавщица 4; вредина 4, вредная 4, некрасивая женщина 4, старая бабка 3, учительница 3; тётка 3, вредная тётка 2, злюка 2, старая карга 2, старуха 2, бабушка, грызть, злость, плохой, сварливая, старуха Шапокляк, страшная, служебный роман, учитель, училка, чёрствость, ябеда

отрицательно-эмоциональное 28 – крыса 7; ведьма 5, старая калоша 3, ужасная старуха 3, мымра 2, стерва 2; выхухоль, гадость, дрянь, карга, противная, ужас

положительно-эмоциональное 0

Функциональная характеристика:

стилистическая характеристика – сниженное

социальная характеристика – общеупотребительное

темпоральная характеристика – современное

территориальная характеристика – общераспространенное

частотная характеристика – частотное

социально-нормативная характеристика – неpolitкорректное

коммуникативно-тональная характеристика – бранное, грубое

СИЯ¹ 83

¹ СИЯ - совокупный индекс яркости значения (Рудакова, Стернин 2011, с.99).

Пример употребления: *От стола подняла на меня глаза женщина вилковских лет, гримза в очках, похожая на заведующую отделом кадров* (Н.Ю. Климонтович, «Далее – везде», 2001 г.).

2. Неприятная женщина

Неприятная 22 (крыса 7; ведьма 5, мымра 2, стерва 2; дрянь, выхухоль, плохой, гадость, ужас, противная) женщина 5 (тётка 3, вредная тётка 2), вредная 10 (вредина 4, вредная 4, вредная тётка 2), грубая 5 (грубая 5), некрасивая 5 (некрасивая женщина 4, страшная), злая 3 (злюка 2, злость), сварливая 2 (сварливая, грызть), черствая 1 (чёрствость), ябедничает 1 (ябеда).

симиляры 18 – крыса 7; ведьма 5, мымра 2, стерва 2; дрянь, выхухоль

идентификация 11 – продавщица 4; учительница 3; училка, учитель, героиня российского/советского фильма «Служебный роман» 1 (служебный роман), старуха Шапокляк 1 (старуха Шапокляк)

Оценочная характеристика:

неоценочное 9 – продавщица 4; учительница 3; служебный роман, учитель

неодобрительное 54 – крыса 7; ведьма 5, грубая 5; вредина 4, вредная 4, некрасивая женщина 4, тётка 3, вредная тётка 2, злюка 2, мымра 2, стерва 2; выхухоль, гадость, грызть, дрянь, злость, плохой, противная, сварливая, старуха Шапокляк, страшная, ужас, училка, чёрствость, ябеда

одобрительное 0

Эмоциональная характеристика:

неэмоциональное 40 – грубая 5; вредина 4, вредная 4, некрасивая женщина 4, продавщица 4; тётка 3, учительница 3; вредная тётка 2, грызть, злость, плохой, сварливая, служебный роман, старуха Шапокляк, страшная, училка, учитель, чёрствость, ябеда

отрицательно-эмоциональное 23 – крыса 7; ведьма 5, злюка 2, мымра 2, стерва 2; выхухоль, гадость, дрянь, противная, ужас

положительно-эмоциональное 0

Функциональная характеристика:

стилистическая характеристика – сниженное

социальная характеристика – общеупотребительное

темпоральная характеристика – современное

территориальная характеристика – общераспространенное

частотная характеристика – частотное

социально-нормативная характеристика – неполиткорректное

коммуникативно-тональная характеристика – грубое, бранное

СИЯ 63

Пример употребления: *Опять эта гримза поставила мне тройку!* (А. Петров, «Дневник отличника», 2005 г.). *Она настоящая гримза: только и знает, как злиться и грубить.*

Не актуально - 18

Не интерпретировано - 1 (сыр). Возможно, реакция «сыр» появилась из-за сходства слова «грымза» с сортом сыра «брынза».

При семантической интерпретации ассоциативного поля стимула «грымза» было отмечено, что языковое сознание носителей языка фактически не дифференцирует значения «пожилая, вредная, некрасивая женщина» и «неприятная женщина». Оба значения актуализированы примерно одним набором сем (вербализованных ассоциатами), различие между ними – только в наличии в первой семеме семы «пожилой возраст» и ее отсутствие в другой, а также выход на первый план семы «неприятная» в семеме 2.

Семемный анализ показывает, что лексикографическое и психолингвистическое значения во многом совпадают: совпадает количество семем и их порядок.

Однако качественный анализ семантики демонстрирует существенные различия в этих типах значений. При анализе значения слова «грымза» важными параметрами выступают следующие: пол человека, возраст, характерные черты человека. Рассмотрим каждый параметр.

При сравнительном анализе лексикографического и психолингвистического значений были выявлены различия по параметру «пол»: толковые словари относят лексему «грымза» к словам общего рода (грымзой может быть как мужчина, так и женщина). Психолингвистический анализ показывает, что в языковом сознании опрошенных грымза – это только женщина (ни одной реакции, которая актуализирует сему «мужской пол» или обобщающую сему «человек»). Это относится как к первому, так и ко второму значениям, сформулированным исследователем (по данным свободного ассоциативного эксперимента). Возможно, это связано с формальным критерием – форма слова «грымза» воспринимается испытуемыми (носителями «наивного языкового сознания») как актуализация морфологической семы женского рода (сравним: *женщина, тетка, бабушка* и др.).

При анализе второго параметра было выяснено следующее: актуализация семантического параметра «возраст» в лексикографическом и психолингвистическом значениях совпадают – в первой семеме сема «пожилой возраст», во второй семеме – отсутствие семы «возраст».

Параметр «характерные черты человека» представляет существенный интерес для лексикографа: в толковых словарях грымза – это ворчливый человек, в психолингвистическом значении сема «ворчливость» не вербализована ни одним ассоциатом. Респондентами были актуализированы другие признаки грымзы: вредная, некрасивая, грубая, злая, сварливая, черствая, ябеда, вызывает неодобрение и отвращение. Подтверждением того, что эти признаки выделены респондентами не случайно, свидетельствует наличие в синонимическом ряду слов, актуализирующих эти признаки (некрасивая – *страшилище, мымра, кикимора, уродка, дурнушка, страхоморда* и др.; неприятная – *старая хрычовка, мымра, кикимора, старая карга, чувырла, старая перечница, хрычовка* и др.).

Интерес вызывает и дефиниция слова «грымза» в «Словаре русского арго»:

Грымза – 1. *м. и ж., прост.* Человек с плохим характером, склочник. 2. *ж., прост.* Сварливая женщина. 3. *собств.* Дом культуры имени Русакова.

Психолингвистическое значение в некотором роде ближе к той дефиниции, которая представлена в «Словаре русского арго». Возможно, это объясняется тем, что среди опрошенных были студенты 18-20 лет, и для этой группы ближе и

понятнее значение «неприятный человек», семема «ворчливый человек» для них не актуальна.

Проведенный психолингвистический анализ значения слова «грымза» позволяет сформулировать рекомендации по корректировке лексикографического значения соответствующей лексической единицы.

Рудакова А.В., Стернин И.А. Психолингвистическое значение и его описание. – Lambert, 2011.

Т.В.Растегаева

Опыт экспериментального выявления возрастной маркированности семантики слова

В настоящее время изучение возрастной семантики слова находится на начальном этапе, в отличие от исследования гендерной семантики. К сожалению, наблюдается недостаточная разработанность методологической базы, терминологической системы, специальных методик исследования возрастной семантики.

Однако очевидно, что исследования возрастной семантики слова крайне важно для анализа текста, выявления подтекста, лингвокриминалистического анализа. Одной из разновидностей лингвистических экспертиз является диагностическая экспертиза, которая призвана установить некоторые признаки автора текста (его возраст, пол, профессию и т.д.). В связи с этим актуальны исследования, выявляющие не только гендерные показатели (маркеры) текста, но и маркеры возрастные.

Целью исследования является выявление особенностей семантики слова среди молодежи (18-30 лет) и среди взрослых людей (30+лет). Исследование носит экспериментальный характер и предполагает следующие этапы:

1. Работа с частотным словарем С.А. Шарова и отбор среди наиболее часто употребляемых лексических единиц (имен существительных, имен прилагательных и глаголов) таких, которые, предположительно, имеют возрастные особенности семантики.
2. Проведение с данными единицами пилотажного свободного ассоциативного эксперимента.
3. Уточнение списка лексем, имеющих возрастные маркеры.
4. Проведение основного эксперимента с 200 испытуемыми (по 100 лиц молодых и взрослых).
5. Формулирование психолингвистических значений слов-стимулов по методике И.А.Стернина и А.В.Рудаковой (Стернин, Рудакова 2011, с. 128-132).
6. Установление значений (семем) и семантических компонентов (сем), имеющих возрастные маркеры.
7. Дифференцирование по возрастному признаку описание семантики исследуемых слов в психолингвистическом семантическом возрастном словаре.

Покажем методику по предложенному алгоритму.

Материалом исследования послужили 45 слов, предположительно имеющих возрастные различия. Пилотажный свободный ассоциативный эксперимент (10 ии) показал, что в ассоциациях на данные стимулы наблюдаются различия, что

позволило предположить, что значения данных слов могут быть дифференцированы по возрастному признаку.

Далее был проведен основной эксперимент. В ходе исследования было опрошено 200 человек, из них 100 молодых людей (возрастом от 18 до 29 лет) и 100 взрослых людей (старше 30 лет). В массиве испытуемых были представлены студенты, рабочие, служащие и пенсионеры.

Испытуемым было предложено дать свободную ассоциативную реакцию на следующие стимулы: *большой, год, получить, главный, понимать, дело, жизнь, видеть, русский, день, рука, думать, работа, советский, идти, слово, место, маленький, лицо, друг, полный, государственный, дом, сказать, говорить, знать, хотеть, последний, сделать, российский, работать, человек, пойти, время, новый, вопрос, высокий, смотреть, хороший, иметь, спросить, играть, молодой, глаз, настоящий.*

Покажем полученные результаты на примере слова *жизнь*.

Приведем обобщение значений, закрепленных в словарях Ожегова (Словарь русского языка), Евгеньевой (Словарь русского языка: в 4-х т.), Кузнецова (Большой толковый словарь русского языка), Ефремовой (Новый словарь русского языка):

Жизнь

1. Совокупность явлений, происходящих в организмах, пережитого и сделанного человеком, особая форма существования материи
2. Физиологическое существование человека, животного, всего живого
3. Деятельность общества и человека в тех или иных её проявлениях
4. Реальная действительность
5. Оживление, проявление деятельности, энергии

В результате обработки результатов эксперимента со 100 молодыми и 100 взрослыми людьми были получены следующие ассоциативные поля:

Молодые:

Жизнь 100: прекрасна – 13, смерть – 12, боль – 10, говно, пи, хороша – 3, бесценна, веселая, вечность, долгая, красивая, одна, прекрасная, радость – 2, веселье, видеть, вопреки, движение, до смерти, добро, есть сон, жестянка, жизнь, замечательных людей, здоровая, идеальная, или смерть, класс, кончена, коротка, короткая, любя, мечта, моя, нелегка, общество, отрезок, прожить, промелькнула, простая, путь, ремонт, свобода, сложна, счастливая, счастье, существование, течет, тлен, удовольствие, хрен, х*йня, яркая – 1, отказ – 1.

Взрослые:

Жизнь 100: прекрасна – 14, смерть – 8, прожить, прошла – 5, коротка, хороша – 4, одна, свет – 3, быт, вперед, дело, жить, игра, короткая, малина – 2, быстрая, век, веселая, вечная, займы, возможна, время, главное, долгая, достойное, жестянка, журнал, здорово, как ад, качество, лист, людей, навсегда, наслаждение, начинается, невозможна, полная чаша, поэт, природа, продлить, прожил, прожита, путь, радость, раздельная, рай, райская, ребенок, слезы, трудная, тяжела, удалась, цвет, хорошая, хорошо – 1.

Значение	Молодежь	Взрослые
1. Совокупность явлений,	прекрасна – 13, боль – 10, говно, хороша – 3, бесценна,	прекрасна – 14, прошла – 5, коротка, хороша – 4, одна, свет – 3,

происходящих в организмах, пережитого и сделанного человеком, особая форма существования материи	веселая, вечность, долгая, красивая, одна, прекрасная, радость – 2, веселье, видеть, движение, добро, здоровая, идеальная, класс, коротка, короткая, любя, мечта, нелегка, общество, простая, путь, сложна, счастливая, счастье, тлен, удовольствие, х**ня, яркая – 1 <i>симиляры</i> - свобода 1, существование 1 <i>прецедентные тексты</i> - Пи 3, жестянка 1, замечательных людей 1 <i>идентификация</i> – моя 1 СИЯ 75	дело, короткая – 2, век, веселая, вечная, вперед, достойное, здорово, навсегда, наслаждение, невозможна, путь, радость, раздельная, рай, райская, слезы, трудная, тяжела, удалась, хорошая, хорошо – 1 <i>прецедентные тексты</i> - взаймы 1, жестянка 1 <i>устойчивые выражения</i> – игра 2, малина 2, полная чаша 1 <i>возможная сочетаемость</i> прожить 5, жить 1, людей 1 <i>идентификация</i> - журнал 1 <i>символические реалии</i> – лист 1 <i>коммуникативная реакция</i> - как ад 1 СИЯ 73
2. Физиологическое существование человека, животного, всего живого	до смерти, кончена, отрезок, промелькнула, течет - 1 <i>оппозиты</i> - смерть 12 <i>устойчивые выражения</i> - жизнь или смерть 1 СИЯ 18	быстрая, возможна, время, главное, долгая, начинается, природа, продлить, прожил, прожита - 1 <i>оппозиты</i> - смерть 8 СИЯ 18
3. Деятельность общества и человека в тех или иных её проявлениях	-	быт - 2 СИЯ 2
4. Реальная действительность	-	-
5. Оживление, проявление деятельности, энергии	-	-

Возможная сочетаемость: вопреки 1, прожить 1

Не интерпретируется:

молодежь: ремонт 1, хрен 1

взрослые: качество, поэт, ребенок, цвет,

Зафиксирован всего один отказ (молодежь), что свидетельствует об актуальности слова *жизнь* в современном языковом сознании.

Наиболее ярко в сознании людей слово *жизнь* представлено в значениях 1 и 2, но значение 2 «физиологическое существование человека, животного, всего живого» представлено не так ярко, как значение 1 «совокупность явлений,

происходящих в организмах, пережитого и сделанного человеком, особая форма существования материи».

Результаты психолингвистического анализа показывают, что слово *жизнь* наиболее ярко в сознании людей обеих возрастных групп представлено в значении *совокупность явлений, происходящих в организмах, пережитого и сделанного человеком, особая форма существования материи* (СИЯ 77 и 73).

Значение *физиологическое существование человека, животного, всего живого* представлено менее ярко (СИЯ 18 и 18).

Во всех случаях возрастная специфика значений выявляется достаточно слабо – яркость значений примерно одинакова, а их набор практически совпадает. Лишь в значении *деятельность общества и человека в тех или иных её проявлениях* слово *жизнь* представлено только в языковом сознании взрослых (СИЯ 2).

Таким образом, многозначное слово *жизнь* демонстрирует в современном возрастном языковом сознании слабую возрастную маркированность семантики.

Вместе с тем, значения 4 «Реальная действительность» и 5 «Оживление, проявление деятельности, энергии» оказались неактуальными для современного языкового сознания, они не подтверждены экспериментом.

Стернин И.А. Психолингвистическое значение и его описание: теоретические проблемы: монография / И.А.Стернин, А.В.Рудакова. - Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011. - 192 с.

Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С. А. Кузнецова. — СПб.: Норинт, 1998.;

Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: В 3 т. — М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006.;

Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Русский язык; Полиграфресурсы, 1999.;

Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой / С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведова— М.: 1949.

А.В. Рудакова

О понятии интегрированного лексикографического значения слова и методике его описания

В современной лексикографии одной из важных методологических проблем является способ представления и описания значения слова.

В толковых словарях русского языка представлен один из типов значения – лексикографическое значение слова. Оно формулируется лексикографом с применением принципа редукционизма (т. е. с указанием основных признаков описываемого понятия при небольшом объеме словарной статьи). Это связано с основной задачей лексикографа – «натолкнуть» читателя на узнавание слова. При формулировании текста описания значения слова лексикограф часто опирается на собственное представление о важности того или иного признака

представляемого слова. В результате лексическое содержание многих слов представлено в толковых словарях по-разному.

Сравним лексикографическое значение лексемы «врач», представленное в двух словарях: *Лицо с высшим медицинским образованием, занимающееся лечением больных* [Ушаков]. *Специалист с высшим медицинским образованием* [Ожегов]. Одинаковая формулировка отмечена только у семы «с высшим медицинским образованием». Различное языковое представление лексического содержания лексемы не говорит о том, что один из словарей является более правильным, а другой – менее правильным. Это результат проявления принципа множественности метаязыкового описания ментальных единиц (Стернин 2012), который обуславливает несовпадения (иногда – значительные) в описаниях одних и тех же значений в различных словарях (*лицо; специалист; тот, кто...; человек, который...* при указании архисемы; отсутствие семы «занимается лечением больных» в статье толкового словаря С.И. Ожегова).

Для устранения несовпадений в семантических описаниях одних и тех же лексем возможно использование метода обобщения словарных дефиниций. Данный метод направлен на получение максимально полного описания значения исследуемого слова в системе языка на базе всей совокупности имеющихся толковых словарей. Анализ лексикографических дефиниций предполагает также дифференциацию современных и устаревших значений в смысловой структуре слова.

Метод обобщения словарных дефиниций (анализ данных различных толковых и иных словарей и их обобщение) достаточно давно «интуитивно» используется многими исследователями при анализе семантики слов, однако на данный момент не описан алгоритм его применения, не обоснована необходимость его применения в семасиологических и психолингвистических исследованиях.

Результатом применения данного метода является формулирование значения слова, которое мы предлагаем называть **интегрированным лексикографическим значением** (другие исследователи применяют другие определения: сводное, обобщенное, унифицированное значение, Виноградова 2012 и др.). Интегрированное лексикографическое описание значений слова содержит существенно больше значений, чем каждый отдельный словарь.

Опишем ряд последовательных действий, которые необходимо выполнить при описании интегрированного лексикографического значения слова.

Этап 1. Анализ дефиниций исследуемого слова во всех доступных исследователю словарях, в которых представлено данное слово.

Составляется единый список всех значений исследуемого слова, зафиксированных в разных словарях. Все значения, выделенные разными словарями и имеющие хотя бы минимальные различия в содержании, включаются в описание семантики исследуемого слова как отдельные значения. Каждое значение представляется как совокупность несовпадающих дефиниций в разных словарях: для каждого значения дается список его различных дефиниций в имеющихся словарях.

Этап 2. Уточнение полученного на предыдущем этапе списка значений исследуемого слова по денотативному принципу.

Фиксация отдельного значения слова при условии номинации денотата, отличного от других денотатов. Фиксация и формулирование отдельного

значения слова, не сформулированного лексикографами, но актуализированного примером (примерами).

Этап 3. Формулирование обобщающей связной дефиниции отдельного значения слова.

Обобщение осуществляется на базе совокупности несовпадающих дефиниций одного и того же значения в имеющихся словарях, фиксируются все семы, лексикографические пометы, отмеченные разными словарями.

Осуществляется (в случае необходимости) модернизация метаязыковой формы дефиниции. Устаревшие метаязыковые единицы толкований заменяются на современные синонимы или формулировки.

При необходимости формулируется новый вариант дефиниции, более развернутый, точный (в случае формулировки дефиниции в виде синонимического ряда, применения приема оппозиции – «не X» и др.).

При отсутствии в толковых словарях одной из семем (или нескольких) обновляется состав семантемы.

Метаязыковые обозначения, выраженные местоимениями (типа *кто-либо* или *что-либо*; *тот, кто* и под.) трансформируются в архисемы (*лицо, человек, предмет, явление* и под.) для конкретности и определенности описания семного состава.

Функциональные и стилистические пометы разных словарей при их несовпадении в разных словарях приводятся в обобщающем значении списком в альтернативной форме (напр. *прост.* и *разг.*).

Актуализация функциональных помет проводится в том случае, если имеющиеся в каких-либо словарях функциональные пометы не отвечают реальности употребления слова в современном русском языке. Если стилистическая характеристика изменилась, ставится актуальная для современного русского языка стилистическая характеристика.

Если значение устарело, а соответствующей пометы нет, ставится помета *устаревшее*. При этом время выхода значения из употребления, причина (архаизм это или историзм) для современного языкового сознания с точки зрения употребления данного слова значения не имеет, и эти признаки в обобщенном описании лексикографического значения не отображаются.

После обобщающей дефиниции каждого значения приводится вся совокупность примеров употребления слова в данном значении из разных словарей; приводятся все несовпадающие примеры. Если в словарях данное значение не иллюстрируется примерами, а значение актуально для современного языкового сознания, оно употребляется в современном русском языке, пример приводит исследователь. Если значение устарело и примеры его употребления в словарях отсутствуют, значение приводится без примеров.

Этап 4. Упорядочивание последовательности семем в семантеме описываемого многозначного слова.

Значения многозначного слова в описании семантемы слова упорядочиваются в порядке от ядерных к периферийным. Ядерными считаются значения, выделенные всеми словарями и приводимые в этих словарях первыми. Периферийными значениями считаются устаревшие, стилистически ограниченные, выделенные только отдельными словарями.

Кроме того, возможно определение порядка указания семем с помощью вычисления индекса яркости семемы (ИЯС), который определяется как

отношение количества одной и той же семемы, указанной в различных словарях, к общему количеству проанализированных словарей.

Для уточнения яркости (значимости) семы в составе семемы интегрированного лексикографического значения возможно указание индекса ее яркости (ИЯс). Данный индекс определяется как количество актуализации конкретной семы в дефинициях к общему количеству анализируемых словарей.

Уточнить яркость сем можно также, используя психолингвистические методы исследования семантики слова (например, применив метод семантической интерпретации данных психолингвистического эксперимента – анализ ассоциативного поля соответствующего стимула, данных метода субъективных дефиниций и др., формулирование вербализованных ассоциатов сем, а затем определение их яркости) (Стернин 2011; Рудакова 2014 и др.).

Покажем на примерах, как может выглядеть интегрированное лексикографическое значение слова (с количественными показателями яркости семем и сем).

Врач

1. Лицо 1 с высшим 1 медицинским образованием 1, занимающееся лечением больных 0,83 и профилактикой заболеваний 0,33 (совр., межстил., общеупотр.). ИЯС 1.

Лицо с высшим медицинским образованием, занимающееся лечением больных [Ушаков]. Лицо с высшим медицинским образованием, лечащее больных [МАС]. Специалист с высшим медицинским образованием [Ожегов]. 1. Специалист с высшим медицинским образованием, имеющий право заниматься лечебно-профилактической деятельностью [Ефремова]. Специалист с высшим медицинским образованием, занимающийся лечебно-профилактической деятельностью [БТС]. Медицинский работник с высшим образованием, умеющий и имеющий право лечить больных людей [Толковый словарь русских существительных].

Примеры употребления: *Врач по внутренним болезням. Зубной врач. Ветеринарный врач (специалист по лечению животных). Районный врач. Женщина-врач. Врач-терапевт. Врач-эпидемиолог. Врач-рентгенолог. Врач-хирург. Санитарный врач (осуществляющий санитарный надзор). «Врачи без границ» (международная организация). Детский врач. Главный врач больницы.*

2. Человек 1 который приносит облегчение 1 исцеление кому-либо 1 (разг., соврем., общеупотр.). ИЯС 0,17.

перен. Кто-либо, кто приносит облегчение, исцеление [Ефремова].

Примеры употребления: *«Врачом» твоего компа будет Иван – он лучше всех разбирается в баннерах.*

Медик

1. Специалист 1 в области медицины 1 (разг. и межстил., совр., общеупотр.). ИЯС 0,8.

Специалист по медицине, по медицинской помощи [Ожегов]. Разг. Специалист в области медицины; врач [Ефремова]. Специалист в области медицины; работник медицинского учреждения [БТС]. Специалист в области медицины [МАС].

Примеры употребления: *Несколько дней медик говорил Волгину, что не отвечает за жизнь больного (Чернышевский, Пролог). Наука победила оспу,*

холеру, дифтерит. Медики становятся все более опытными и удачливыми борцами против смерти (М. Горький, Ответ).

2. Студент 1 медицинского учебного заведения 1 (разг., совр., общеупотр.). ИЯС 0,8

Студент высшей медицинской школы [Ушаков]. *Студент медицинского учебного заведения* [Ожегов]. Разг. *Студент медицинского учебного заведения* [Ефремова]. Разг. *О студенте медицинского учебного заведения* [БТС].

Примеры употребления: *Сегодня у медиков занятия отменили. Давай к медикам на дискотеку завалимся.*

3. Врач 1 (межстил. и разг., совр., общеупотр.). ИЯС 0,4.

Врач (устар.) [Ушаков]. *Специалист в области медицины; врач* [Ефремова].

Примеры употребления: *Болезню своей пренебрегать слишком начали-с; посоветовались бы с опытным медиком* (Достоевский).

Комментарий лексикографа: Анализ показывает, что в словарных статьях некоторых толковых словарей не разграничиваются отдельные значения этого слова: врач и работник медицинского учреждения (в словаре Т.Ф. Ефремовой), студент медицинского учреждения и специалист в области медицины (в словаре С.И. Ожегова). Действительно, к медикам относят в первую очередь врачей, но не только. Медицинская сестра, фельдшер, лаборант и другие сотрудники медицинских учреждений тоже называются медиками.

Юрист

1. Специалист 1 по юридическим наукам 1; правовед 0,33 (межстил., совр., общеупотр.). ИЯС 1.

Правовед, законник, законовед, законоведец [Даль]. *Специалист по правоведению, юридическим наукам* [БТС]. *Специалист по юридическим наукам, юридическим вопросам* [Ожегов]. *Специалист с юридическим образованием; правовед* [Ефремова]. *Человек, занимающийся (научно или практически) юридическими вопросами* [Ушаков]. *Специалист по правоведению, юридическим наукам* [МАС].

Примеры употребления: *Этот вуз готовит юристов. Советоваться с юристом. Консультироваться с юристом. Юрист по труду. Военный юрист. Ученый-юрист. Он юрист по образованию. Я хотя и юрист, но следователем никогда не был, а прокурором тем более. Я адвокат, и моя профессия защищать обвиняемых.*

2. Практический деятель 1 в области права 1 (межстил., совр., общеупотр.). ИЯС 0,67

Практическая деятельность в области права [БТС]. *Практический деятель в области права* [Ефремова]. *Человек, занимающийся (научно или практически) юридическими вопросами* [Ушаков]. *Практический деятель в области права* [МАС].

Примеры употребления: *У нее мама работает юристом. Деятельность юристов. Юрист-практик.*

3. Студент 1 юридического учебного заведения 1 (разг. и межстил., совр., общеупотр.) ИЯС 0,33.

Разг. *Студент юридического факультета* [Ушаков]. *Студент юридического учебного заведения* [Ефремова].

Примеры употребления: *Юристы учатся в другом корпусе.*

4. Специалист, защищающий чьи-либо интересы в суде, оказывающий юридические консультации; юрисконсульт, адвокат 1 (*разг., совр., общеупотр.*) ИЯС 0,17.

Разг. *Юрисконсульт, адвокат* [Ефремова].

Примеры употребления: *В этих вопросах надо с нашим юристом посоветоваться.*

5. Часть обозначения званий для военно-юридического состава РККА, Военно-Морского Флота, работников прокуратуры 1 (*офиц., воен., устар. и совр.*). ИЯС 0,17.

Воен. *Входит в состав обозначения военных званий для военно-юридического состава РККА и Военно-Морского Флота* [Ушаков].

Примеры употребления: *Он еще пока младший военный юрист (1-е звание). Военный юрист первого ранга (5-е звание). Юрист 3-го класса – это лейтенант проше говоря.*

Комментарий лексикографа: Семема 4 сформулирована исследователем, так как в толковом словаре дан только синонимический ряд, не раскрывающий семантическое содержание данного значения. Дефиниция семемы 5 была уточнена и модернизирована.

Дятел

Лесная 1 лазящая 0,6 птица 1 с длинным 0,6, острым 0,2 и сильным 0,8 клювом 1, с ярким оперением 0,2, с жестким хвостом 0,2, долбящая 0,2 древесную кору 0,6 и добывающая пищу 0,6 из ее щелей и трещин 0,6 (*совр., межстил., общеупотр.*). ИЯС 1.

Лесная птица с длинным и сильным клювом, добывающая пищу из щелей и трещин древесной коры [БТС]; *Лесная птица с длинным, сильным клювом, позволяющим ей долбить кору и древесину и добывать пищу из выдолбленных щелей, трещин* [Ефремова]; *Лесная лазящая птица* [Ушаков]; *Лесная лазящая птица с сильным клювом* [Ожегов]; *Лесная лазящая птица с длинным и острым сильным клювом, мощными мышцами шеи и жестким хвостом – опорой, с яркой окраской; распространена главным образом в лесной зоне; добывает пищу из щелей и трещин древесной коры* [Толковый словарь русских существительных].

Примеры употребления: *Дятел, долбя клювом кору деревьев, добывает насекомых. Семейство дятлов. Вот откуда-то перескочил на дуб дятел и, припав к стволу, долбит длинным клювом старое дерево* (М. Пришвин, *Птичье кладбище*).

Обращение к словарям другого типа (жаргонным, профессиональным и др.) позволяет значительно увеличить количество значений исследуемого слова. Например, в словаре воровского жаргона у слова «врач» отмечено значение «адвокат, защитник в суде». У слова «дятел» в словарях тюремного и молодежного жаргонов, бизнес-жаргона были выделены семь семем: 1) доносчик, стукач, ябеда (*тюремн., мол.*); 2) молодой солдат, обучающийся профессии связиста; связист (*солдат.*); 3) дурак, тупица (*мол.*); 4) назойливый и из-за этого не приятный человек (*мол.*); 5) иностранный менеджер в российской компании (*бизн.*); 6) упущенная возможность (*воровск.*); 7) активный гомосексуалист (*тюремн.*). Возникает вопрос, надо ли включать подобные определения в интегрированное лексикографическое значение соответствующей лексемы или они должны остаться за его пределами.

Применение методики обобщения словарных дефиниций позволяет представить наиболее полный набор семантических компонентов лексикографического значения слова, упорядочить порядок семем (в соответствии с актуальными языковыми представлениями), указать дополнительные значения, более точно сформулировать дефиницию и др.

Интегрированное лексикографическое значение дает максимально полное описание значения исследуемого слова в системе языка, но и оно не является исчерпывающим для описания реального функционирования слова в речи. Однако обобщение лексических значений слов является необходимым этапом системного описания семантики слова.

Виноградова О.Е. Унифицированное лексикографическое значение как тип значения / О.Е. Виноградова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2012. – №2. – С. 32-34.

Рудакова А.В. Теоретические и прикладные проблемы психолингвистической лексикографии: монография / А.В. Рудакова. – Воронеж: Истоки, 2014. – 180 с.

Стернин И.А. Психолингвистическое значение слова и его описание. Теоретические проблемы: монография / И.А. Стернин, А.В. Рудакова. – LAP Lambert Academic Publishing: Saarbrücken, 2011. – 192 с.

Стернин И.А. Проблема неединственности метаязыкового описания ментальных единиц в лингвистике / И.А. Стернин // Лингвоконцептология и психолингвистика. – Вып.5. – Воронеж: Истоки, 2012. – С. 8-17.

Использованные словари

БТС – Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 1998. – 1536 с.

Даль – Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс] // URL: <http://classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Dal.htm> (дата обращения 02.01.2015).

Ефремова – Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: [Электронный ресурс] // URL: <http://classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Efremova.htm> (дата обращения 02.01.2015).

МАС – Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Русский язык, 1981-1984.

Ожегов – Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Издательство «А Темп», 2009. – 944 с.

Толковый словарь русских существительных – Бабенко Л. Большой толковый словарь русских существительных: Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы. – Серия «Фундаментальные словари» / Л. Бабенко. – М.: АСТ-Пресс, 2009. – 864 с.

Ушаков – Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка [Электронный ресурс] // URL: <http://classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ushakov.htm> (дата обращения 02.01.2015).

Т.В.Тимошина

Индивидуальные значения в языке писателей

В современной антропоцентрической лингвистике назрела потребность в анализе несистемных аспектов семантики, не описанных ни теоретически, ни практически.

Ключевым объектом нашего исследования являются общеизвестные, общеупотребительные слова с несистемными значениями (групповыми и индивидуальными), которые незаслуженно долгое время выпадали из поля внимания лингвистов.

Актуальность описания несистемных аспектов лексики не вызывает сомнений, т.к. в настоящее время в современном русском языке и, соответственно, в сознании носителей языка происходит активное развитие, с одной стороны, групповой лексики, особенно компьютерного и молодежного жаргонов, с другой стороны, индивидуальной лексики, наиболее ярко представленной в языке писателей.

Несистемные значения и семы необходимы для функционирования и развития языка, поскольку они представляют собой зону развития языка, обеспечивают эволюцию и развитие языка; они выявляют языковые потенции; используются для создания экспрессии, повышают воздействующую силу слова; создают основу для юмористического словоупотребления и мн. др.

Наименее изученным среди лингвистических значений продолжает оставаться **индивидуальное значение слова** - чисто индивидуальное значение, присутствующее в индивидуальном сознании одного носителя языка.

1. В традиционной лингвистике такие значения слов, уже существующих в языке, но приобретающих новизну за счет индивидуальных авторских значений, принято называть *семантическими окказионализмами* (Коваленко 2008, с.169 и др.).

Такие значения не имеют прецедента в языковой системе, не зафиксированы в языковом опыте исследователя, требуют контекста, неизвестны подавляющему большинству носителей языка.

Индивидуальные значения слов, не совпадающие с системными значениями, нередко выявляются в текстах писателей; при этом они создают особый колорит в художественном тексте, используются для характеристики персонажей, стилизации и т.д. Такие значения имеют свою специфику:

- у них своеобразная структура семантемы (в коммуникативном значении обычно отсутствует основной набор ядерных сем, нет высокоиндексных, ярких сем);

- для таких значений характерны высокая степень конкретизации, повышенная субъективность, эмоциональность и оценочность, а также пространственно-временная «закрепленность»;

- содержательно они отражают наиболее важные, сущностные характеристики вещей и явлений, т.к. задача писателя – наблюдать, пропускать через призму коллективного культурного опыта и фиксировать наиболее важные моменты внутренней жизни человека и окружающего его мира.

Возможны следующие *разновидности* индивидуальных значений с точки зрения выполняемой ими в художественном тексте функции:

а) **образно-экспрессивные** – основная функция характеризующая;

б) **чисто номинативные** – основная функция номинативная.

Образно-экспрессивные значения имеют характеризующую функцию и представляют собой одноразовые значения с непостоянным семным составом, существуют только в данном контексте. Это наиболее распространенный тип индивидуальных значений в авторских текстах. Приведем примеры:

- У меня с утра голос **небритый**. (Москвина М.)

Значение: Грубоватый, неразработанный спросонья.

Актуализованы семы: грубый, неприятный для восприятия

- Такая **пастораль** продаётся в сельпо по два доллара кулёк. (Слава Сэ)

Значение: Зефир.

Актуализованы семы: приятный для восприятия, доставляет удовольствие.

- Но пасторальные прелести манили меня меньше, чем **сколопендра**, живущая тут, в моём почти доме...(Слава Сэ). Только что выглядела **сколопендрой**, теперь шевельнула плечом и превратилась в тихого ангела. (Слава Сэ). Я вдруг вспомнил, что перед тёщей была ещё **сколопендра в кубе**. (Слава Сэ)

Значение: Неприятная, опасная женщина.

Актуализованы семы: опасная, неприятная, отвратительная на вид, может причинить вред

- Про укусы говорит, это Владислав покусал, **вражеский** ребёнок в саду, Владислав там всех кусает. (Слава Сэ.) Естественно, засадил кому-то в ж. Всего одна дробина, но извинялись всей компанией, поили **вражеских** охотников... (Слава Сэ)

Значение: Чужой, не из нашей компании.

Актуализованы семы: доставляющий неприятности, относящийся к нам плохо.

Чисто номинативные значения имеют номинативную функцию и представляют собой одноразовые значения с непостоянным семным составом, существуют только в данном контексте. Используются для номинации новых явлений, в отдельных случаях - небрежно-иронично; в художественных текстах встречаются сравнительно нечасто. Например:

- Появился еще один **подберезовик** (М. Задорнов).

Значение: Человек Б. Березовского (ирон.)

Актуализованы семы: человек, из команды Б.Березовского, подчиняющийся Березовскому, ироническое.

- Самое трудное в воспитании детей – найти кулёк с **физкультурой**. Маша сказала, в пределах жилища есть такой мешок, в нём кроссовки и трико. (Слава Сэ) *Значение: мешок со спортивной формой.*

Актуализованы семы: одежда и обувь, для занятий физкультурой

- К этому времени я что-то уже зарабатывал **литературой**. (Довлатов С.)

Значение: Писательская деятельность.

Актуализованы семы: творческая деятельность, результат деятельности писателей, приносит доход.

Таким образом, индивидуальные значения в авторских текстах обогащают авторскую речь, свидетельствуют о способности к речетворчеству как одной из важнейших характеристик языковой личности (Лемякина 2007, с.125). С точки зрения речевых ресурсов они почти неограниченно обогащают лексические возможности авторского языка, формируя широкий спектр художественно-выразительных языковых средств, создавая языковую игру, придавая эмоционально-оценочную окраску речи, отражая лингвокреативность сознания писателя.

Л.Н. Титова

Специфика формирования русско-английского билингвизма в смешанной семье

Настоящая статья основана на наших наблюдениях над становлением речи у такого ребенка на примере нашей внучки Даши, 2006 г. рождения. Даша родилась в Великобритании, у нее русская мама и папа-англичанин. В семье сразу встал вопрос о том, на каком языке будет говорить ребенок. На семейном совете было решено, что девочка должна владеть обоими языками – русским и английским, поэтому мама и приезжающая русская бабушка должны говорить с ней по-русски, а отец и его родители – по-английски. Отмечу, что родители Даши сознательно поставили перед собой цель воспитать ребенка-билингва. Имевшийся опыт их общения со смешанными русско-английскими семьями, проживающими в Великобритании, показал, что в случае, если родители не ставят перед собой такой цели, ребенок в результате говорит только на одном языке.

В семье моей дочери с самых первых дней своей жизни ребенок слышал речь своих родителей на двух языках, и у него вырабатывался определенный слуховой образ этих двух языков и определенная реакция на них. На этапе, когда ребенок начал говорить, мы замечали, что он иногда путает слова из разных языков, и, не зная слова из одного языка, вставляет слово из другого. Когда одно слово ему кажется легче или больше нравится, появляются предложения типа: «Я хочу red цветок», «I want to play with this кукла», или «Я не cold». Она также путалась и в том, кто из родителей на каком языке говорит, и могла подойти к папе, сказав что-то по-русски или к маме, говоря по-английски. Со временем, примерно к 2,5 – 3 годам эта проблема разрешилась естественным путем, и она стала четко понимать, с кем на каком языке разговаривать. Получалось так: днем с мамой по-русски, вечером с папой – по-английски, а по выходным с мамой и с папой по-русски, и по-английски. Однако мы заметили, что днем, играя с куклами, она разговаривала с ними в присутствии русской мамы и бабушки исключительно по-английски. Мы нашли объяснение в том, что 2 дня в неделю Даша ходила в английский садик, где дети говорят между собой и с игрушками по-английски. Если ей нужно было употребить английское слово, которого она не знала, она подходила к маме и спрашивала: «Мама, как по-английски...». Если мама не могла ответить на её вопрос, она говорила: «Хорошо, когда папа придет с работы, я спрошу у него, ведь мой папа - англичанин». Пытаясь запомнить названия новых для нее предметов, девочка подходила с этим предметом сначала к маме с вопросом: «Мама, это что?», а затем – к отцу с аналогичным вопросом, но уже на английском языке.

Был и такой эпизод. Её папа сказал мне что-то по-английски и она, зная, что бабушка – русская и разговаривает по-русски, попыталась тут же перевести его слова на русский, забыв, что я тоже говорю по-английски.

Однако тот русский язык, на котором Даша говорила в Англии и уровнем которого мы были вполне удовлетворены, показался нам не таким уж хорошим, когда в 3,5 года девочка приехала в Россию. В её речи слышались английские звуки «t», «th», резала слух повышающаяся английская интонация. Но оказавшись в русской среде, в кругу бабушек, дедушек..., посещая новогодние представления и спектакли и регулярные занятия в детских развивающих центрах, ребенок уже через неделю сделал значительный скачек в речи, и в дальнейшем мы общались с ней на совершенно правильном русском языке. Вспоминается еще один момент. За год до этого, когда они с мамой были в России, а папа в Англии, они общались с отцом посредством программы Skype через Интернет. Даша увидела на экране папу и хотела ему что-то сказать, но кроме *papa, papa* ничего не смогла сказать по-английски. Через год в той же ситуации она уже могла общаться с папой, правда с трудом и подбирая слова. Например, во время разговора с ним она прервала речь и спросила у мамы, как будет по-английски «мороженое», и тут же обращаясь к папе, сказала, держа в руках мороженое: «Papa, I'm eating ice-cream». Очевидно, процесс переключения мышления с одного языка на другой для ребенка с возрастом становится более естественным. Бывали случаи, когда, насмотревшись вперемешку русских и английских мультфильмов она спрашивала: «Бабушка, а ты знаешь как по-русски (по-английски) будет Cinderella, Спящая красавица, принц, ... », сопоставляя в уме одни и те же понятия на двух языках.

Перед их отлетом домой она все время говорила о папе, о зеленой траве, о том, что не хочет больше мороза и белого снега. Она вспоминала Англию и все что с ней связано – дом, знакомых детей, садик. В машине по дороге в аэропорт она радовалась скорому возвращению домой и вдруг совершенно неожиданно для всех нас запела песенку на английском языке. Мы обратили на это особое внимание, так как во время новогодних представлений с Дедом Морозом мы неоднократно просили её спеть английскую песенку или рассказать английский стишок, а она наотрез отказывалась и говорила, что не хочет по-английски, а хочет только по-русски.

Интересные факты имели место и по возвращении девочки в Англию. Папа отметил, что она намного хуже стала говорить по-английски, а мама слышала в ее речи предложения типа: *Papa, you me this bye?* вместо *Papa, did you by this for me? I very much this like* вместо *I like this very much*. То есть Даша практически произносила русские конструкции английскими словами.

Отметим еще ряд примеров интерференции русского языка в речи ребенка. Даша, говоря по-английски, не употребляет артикли, поскольку в русском языке их нет; в речи пропускает глагол *to be*, говоря *It tree, I girl, I Dasha*; путает слова *clock* и *watch*, поскольку по-русски и настенные, и наручные часы называются одним словом. Отмечаются и случаи влияния английского языка на русскую речь ребенка. Так, Даша испытывает определенные трудности в употреблении русских глаголов движения, говоря *Я иду в Англию, я пойду в Англию*. Это объясняется тем, что в английском языке глагол *go* передает практически все виды перемещения в пространстве и соответствует целому ряду русских глаголов: *идти, ехать, лететь, плыть*. Интересны и случаи, когда девочка занимается словотворчеством, комбинируя корни и суффиксы из разных языков: *пошейкать* – от глагола *to shake*, фейска – от *face* в значении «личико».

Наш опыт показывает, что на первом этапе, в возрасте где-то до трех лет, ребенок смешивает два языка, но потом начинает дифференцировать их. Примерно к трем – четырем годам ребенок начинает четко отделять один язык от другого. В этом возрасте тот факт, что в семье мама говорит с ребенком исключительно на русском языке, папа – на английском, а между собой родители общаются тоже на английском, является для него вполне естественным.

Сейчас Даше около семи лет и она с легкостью и быстротой переключается с одного языка на другой в ситуациях, когда все члены семьи общаются между собой: находятся вместе за обеденным столом, перед телевизором, в парке и т.д. В семье принято, что мама никогда не говорит с ребенком по-английски и в таких ситуациях общение с папой происходит на английском, а с мамой – на русском. Ребенку приходится отвечать то маме, то папе, быстро и четко реагировать на их реплики, учитывая то, что в общем разговоре людям приходится естественным путем прерывать друг друга, дополнять, соглашаться или не соглашаться. В целях эксперимента и просто ради обычного житейского любопытства мама пробовала разговаривать с ребенком по-английски. Первой реакцией Даши было некоторое замешательство, а потом резкий отказ и нежелание говорить с мамой на «папином» языке. С подобными ситуациями сталкивалась и я, когда пыталась заговорить по-английски с другими двуязычными детьми. Они, зная, что я русская, реагировали подобным же образом. Нашему ребенку также не нравится, когда папа, стараясь похвастаться своими скудными познаниями, обращается к ней по-русски.

Можно предположить, что у Даши действует четкая психологическая установка, что каждый должен говорить на своем родном языке. Это происходит не только дома, но и за его пределами. Даша прекрасно общается с русскими и английскими «тетями» на их языках. С другой стороны, если к ней обращается по-русски человек, для которого русский язык не родной, который он изучает как иностранный, то реакция такая же, как дома. Ребенок уже хорошо понимает, что он владеет двумя языками с равной степенью легкости и естественности, объясняя это тем фактом, что он одновременно – «англичан» и русский. То, что бабушка тоже знает английский, и говорит на нем, но иногда испытывает трудности в общении, Даша объясняет тем, что бабушка не «англичана» и английский знает лишь, поскольку изучала его в школе и университете, то есть, говоря профессионально, не является носителем языка.

Отметим, что Даша демонстрирует также тенденцию использовать разные языки в разных ситуациях. Однажды мама поругала ребенка за то, что тот не убрал со стола свои вещи. Пришлось повторить это не раз, и не два, повысить голос, и даже прикрикнуть, что у русских является вполне естественным. В ответ было сказано: «Ты почему на меня кричишь?» (на русском), а затем, что нас абсолютно шокировало: «You hurt my feelings!!!» Примечательно в этой ситуации то, что сказано это было именно по-английски, хотя с мамой Даша разговаривает исключительно по-русски. Очевидно, причиной этого является то, что данное высказывание явилось результатом освоения опыта жизни в Великобритании, где ребенок является равноправным членом общества и нарушать права его личности и посягать на них нельзя.

С другой стороны, мы наблюдали такое явление. Находясь в России на Новогодних праздниках, ребенок посещал большое количество детских

спектаклей, концертов, елок, театральных представлений, видел Дедов Морозов, Снегурочек, лесных зверушек и сказочных персонажей и разговаривал с ними, естественно по-русски. Когда в один из вечеров Даша разговаривала с папой по Skype, она пыталась передать ему свои ощущения и рассказать об увиденном, но не смогла этого сделать так, как хотелось: постоянно запинаясь, подбирала слова и спрашивала – «Как это по-английски?». Объяснение этому, как нам кажется, простое. Дело в том, что в Англии Новый Год практически не празднуется, нет такого разнообразия массовых гуляний на улицах, площадях, в торговых центрах и театрах. Ребенок лишь однажды увидит Санта Клауса и получит от него подарок. На этом заканчивается весь праздник. Нет праздника – нет способа его описания, и отсюда все языковые трудности. Кроме того, мы отметили очень скованную и лаконичную манеру общения с папой по-английски. Как он ни пытался разговаривать её, в ответ было: “Yes I did”, “I don’t know” и т.д. Она сказала ему, что идет на спектакль, который называется «Двенадцать месяцев», но при этом, как ни странно, не перевела название на английский, а сказала по-русски с английским произношением. Представляется, что это обусловлено тем, что произошло полное погружение в русскую языковую среду при очень интенсивном общении с русскими людьми на улицах, в семье и, что особенно важно, со сверстниками. В результате такого погружения ребенок забыл некоторые английские слова, одновременно и полностью исчезли те ошибки (грамматические, фонетические, интонационные), с которыми он приехал в Россию десять дней назад.

У семилетнего ребенка отмечаем большой интерес и осознанное отношение к разным языкам, желание говорить и понимать людей, говорящих на них. Что касается русского языка, то это язык, на котором говорит мама, на котором можно говорить по телефону и Skype со всеми родственниками, живущими в России, общаться с ними, когда приедет в Россию, это общение с друзьями из русскоязычного сообщества, просмотр любимых русских мультфильмов, чтение русских книг, заучивание русских стихов (кстати, в Англии это почему-то не принято и дети не знают стихов), загадок, поговорок. Особый интерес вызывает просмотр современных детских фильмов, которые ребенок сначала смотрел дома на английском языке, а потом в России тот же фильм – уже на русском.

Наконец, знание русского языка дает ребенку чувство гордости и некоторого превосходства по отношению к другим детям в Англии. То, что Даша говорит по-русски, вызывает у одноклассников, их родителей и учителей уважение. В России же тот факт, что такой маленький ребенок так хорошо говорит по-английски, вызывает восхищение.

Разумеется, билингвизм накладывает определенный отпечаток на речь ребенка. В результате в русском языке мы наблюдаем у Даши целый ряд ошибок, вызванных интерференцией английского языка. То, что прежде всего бросается в глаза, это английские конструкции, которые ребенок переносит в русский язык, в результате чего русское предложение с адекватной лексикой звучит «как-то не по-русски», так, как не сказал бы ни один русский человек:

- Так быстро, как ты можешь (As fast as you can)
- Не надо отвечать мне обратно (Don’t tell me back)
- Если бы я была ею (If I were her)
- Когда я прихожу, ты мне покажешь (When I come you will show me)

- Если я ложусь спать рано, мы пойдем завтра в театр (If I go to bed early we'll go to the theatre tomorrow)

- Я не знаю, если она говорит по-английски (I don't know if she speaks English)

- блинчики для десерта (pancakes for desert)

Наблюдаются также и чисто лексические ошибки: употребление глагола «давать» вместо «дарить» (англ. – to give): Я дала маме открытку на Новый год, калькированный перевод английского выражения one day (когда-нибудь) выражением «один день», употребление глагола «поставить» вместо «приклеить», «прикрепить», «повесить», «положить» (англ. – to put) и др.

Наш опыт наблюдения над Дашей показывает, что сознательное планирование формирования билингвизма у ребенка в смешанной семье дает хорошие результаты и обеспечивает хорошее владение ребенком двумя языками.

Е. В. Чаплин

Общественно-политическая лексика в обыденном языковом сознании

В условиях существенных преобразований в политической, общественной и экономической жизни, расширения деятельности СМИ не только в России, но и во всем мире, изучение общественно-политической лексики (далее ОПЛ) представляет особый лингвистический интерес. Такая лексика всегда «чувствительна» и первой начинает трансформироваться в условиях смены политической системы, общественных ориентиров и т. д.

В данной работе мы рассмотрим особенности восприятия ОПЛ носителями обыденного языкового сознания.

К ОПЛ относятся названия государственных, партийных и других общественных организаций и учреждений, а также наименования социальных реалий и явлений общественной жизни (Тренина О.А. <http://uralistica.com/profiles/blogs/otrazhenie-1>).

Под обыденным языковым сознанием понимается языковое сознание т.н. обычного человека, не имеющего специальной филологической подготовки, не принадлежащего к коммуникативной профессии, обладающего школьными знаниями русского и иностранного языков и владеющего языком на уровне повседневного пользователя (Стернин 2010, с. 36).

Для того чтобы узнать, как ОПЛ воспринимается обыденным языковым сознанием, нами было проведено анонимное анкетирование, в котором принял участие 41 человек. Анкетирование проводилось в письменной форме, время выполнения задания не ограничивалось. Респондентами являлись рядовые носители языка от 17 до 25 лет. Таким образом, испытуемые – это люди, максимально удаленные от филологии.

Из Большого толкового словаря русского языка под ред. С.А. Кузнецова и Толкового словаря современного русского языка под ред. Г.Н. Складчиковой нами было взято 25 стилистически нейтральных слов, входящих в группу общественно-политической лексики. Это слова: *демонстрация, маргинал, бюрократия, коммунизм, демократия, кулуары, коррупция, фашизм, сталинизм, агитация, санкции, кризис, сепаратизм, инфляция, капиталист, импичмент,*

приватизация, моджахед, гласность, правопорядок, референдум, неонацизм, пропаганда, олигарх, легитимность, дефолт.

Респондентам предлагалось указать, какие эмоции/оценки у них вызывает каждое из предложенных слов.

Ниже приведены результаты эксперимента.

Слово	Вызывает положительные эмоции/оценки	Вызывает отрицательные эмоции/оценки	Не вызывает эмоций и оценок
Демонстрация	9	7	25
Маргинал	3	22	16
Бюрократия	5	30	6
Коммунизм	6	14	21
Демократия	25	6	10
Кулуары	4	2	35
Коррупция	2	35	4
Фашизм	2	36	3
Сталинизм	5	29	7
Агитация	7	16	18
Санкции	4	29	8
Кризис	1	34	6
Сепаратизм	5	22	14
Инфляция	2	28	11
Капиталист	7	8	26
Импичмент	6	8	27
Приватизация	13	7	21
Моджахед	1	34	6
Гласность	31	4	6
Правопорядок	37	1	3
Референдум	24	1	16
Неонацизм	3	30	8
Пропаганда	8	22	12
Олигарх	5	11	25
Легитимность	25	6	10
Дефолт	1	34	6

Анализ полученных данных показал, что носители обыденного языкового сознания определили стилистическую маркировку согласно словарной у 7 слов из 25 (28%). Эти данные в очередной раз подтверждают несовпадение словарных данных и реалий языкового сознания.

Основная наша задача заключалась в том, чтобы узнать, как в сознании людей изменилось восприятие определенных стилистически нейтральных слов ОПЛ (согласно словарям Кузнецова и Скляревской). Особый интерес для нас представляют слова: *кризис, сепаратизм, санкции, неонацизм, пропаганда, фашизм, дефолт, инфляция, бюрократия, коррупция*, поскольку они являются

наиболее употребляемыми из ОПЛ, в связи со сложившейся экономической и политической ситуации в России и мире.

Как показывают данные опроса, большинство респондентов указали наличие отрицательного эмоционально-оценочного компонента у данной группы слов. Это подтверждает наши предположения о том, что некоторые испытуемые склонны связывать *эмоционально-оценочную* окраску слова с его лексическим значением, т. е. слова, которые обозначают неприятные или общественно неодобряемые, осуждаемые с моральной точки зрения явления или действия, вызывают резкие отрицательные эмоции/оценки.

Слова другой группы – *демократия, гласность, правопорядок, референдум, легитимный* – респонденты характеризовали, как содержащие положительные эмоции/оценки. Это показывает обратную тенденцию: лексика, которая называет общественно одобряемые явления или действия, приобретают в сознании рядовых носителей языка положительные эмоции/оценки.

Данную закономерность отмечала И.А. Голуб: «на эмоционально-экспрессивную окраску слова влияет его значение. Резко отрицательную оценку получили у нас такие слова, как *фашизм, сепаратизм, коррупция, наёмный убийцы, сталинизм* и проч. За словами *прогрессивный, правопорядок, державность, гласность* и т. п. закрепляется положительная окраска» (Голуб 1997, с. 61).

Слова же *демонстрация, коммунизм, кулуары, капиталист, импичмент, приватизация, олигарх* сохранили свою стилистически нейтральную маркировку.

Это может быть связано с тем, что, во-первых, значения слов *кулуары, импичмент* неизвестны рядовым носителям языка; во-вторых, слова *демонстрация, коммунизм, капиталист, олигарх, приватизация* в сознании обыденных носителей языка утратили или ещё не успели приобрести негативную окраску.

Таким образом, можно сказать, что функционирование и развитие ОПЛ иногда прямо, а чаще опосредованно отражает широкий спектр общественных изменений. Именно поэтому в периоды больших политических и экономических потрясений в жизни общества, в ОПЛ происходят такие изменения, которые в других лексико-семантических подсистемах растягиваются на десятилетия. Однако стоит заметить, что даже в относительно стабильные периоды жизни общества ОПЛ активно изменяется.

Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. – СПб.: Норинт, 2002. – 1536 с.

Голуб И. Б. Стилистика русского языка. – М.: Рольф; Айрис-пресс, 1997. – 448 с.

Стернин И. А. Языковое сознание жителей Воронежа. – Воронеж: Издательство «Истоки», 2010. – 250 с.

Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX века / под ред. Г. Н. Складневской. – М.: Астрель-Аст, 2001. – 994 с.

Тренина О. А. Отражение общественно-политических изменений в лексике удмуртского языка [Электронный ресурс]. – Uralistika [2010]. – URL: <http://uralistica.com/profiles/blogs/otrazhenie-1> (дата обращения 15.02.15).

Структурные типы колоративов в рекламном тексте

Как известно, основная задача рекламы заключается в том, чтобы внушить потенциальному потребителю представление об исключительности свойств и качеств рекламируемых товаров. Одним из значимых свойств объектов окружающего мира является их цвет, поэтому в рекламном тексте цветонаименование оказывается важным фактором обозначения внешней привлекательности товара, что обуславливает широкое использование колоративов в рекламистике и нейминге.

В лингвистической литературе отмечается, что особенно значимым является обозначение цвета товара в тексте рекламного каталога. Так, без указания на цвет товара невозможно создавать и использовать каталоги декоративной косметики. Анализ рекламных каталогов ряда косметических фирм позволил выявить определённые структурные типы колоративов.

Цвет может быть обозначен: а) словом; б) словосочетанием.

При номинации одним словом колоратив выражается:

а) прилагательным; б) существительным.

Прилагательное может называть:

- **первичный**, исходный цвет: *алый, белый, чёрный, серый, синий, зелёный* и т.д.;

- **вторичный**, производный от цвета какого-либо объекта: *медовый, лимонный, огненный, ягодный, сливовый* и т.д.

В случае, когда колоратив выражается существительным, номинация всегда является вторичной, поскольку мотивируется цветом определённого объекта или вызываемыми этим объектом ассоциациями. Среди таких номинаций можно выделить колоративы с:

- **узуальной**, т.е. общепринятой мотивацией, поскольку в сознании носителей языка те или иные объекты могут фигурировать в качестве эталона определённого цвета, например: *каштан, кофе, охра, сирень, терракота, золото, серебро, ультрамарин, фиалка, вишня, шоколад* и т.д.;

- **неузуальной**, т.е. не общепринятой, но прозрачной мотивацией, например: *аквамарин, аметист, малахит, яшма, топаз, турмалин; лён, незабудка, пшеница, рябина, авокадо, азалия, тюльпан, фрезия, циния; шампанское, шербет, яблоко, патока* и т.д.;

- **окказиональной** мотивацией, основанной на индивидуальных ассоциациях номинанта, например: *дымка, дюна, загадка, конфетти, коррида, мечта, миллениум, романс, сумерки, Таити, танго, поцелуй, рапсодия, шик, шарм* и т.д.

Помимо простых слов, колоратив может быть выражен композитом, который обозначает:

- **оттеночные** цвета: *нежно-розовый, светло-абрикосовый, тёмно-зелёный, светло-коричневый, тёмно-синий, тёмно-лиловый* и т.д.;

- **сложный** цвет: *розовато-лиловый, коричнево-чёрный, розово-бордовый, медно-золотой, бежево-оливковый* и т.д.

В случае, если цвет выражен словосочетанием, такие сочетания в большинстве случаев являются двучленными и разделяются на следующие разновидности:

-цветовую нагрузку несёт **прилагательное с первичным обозначением цвета**: *красный георгин, красный мак, голубая стрела, голубой шёлк, жёлтый лютик, зелёный бархат, глубокий синий, мерцающий серый, очи чёрные, пурпурный аметист* и т.д.;

-цветовую нагрузку несёт **прилагательное с вторичным обозначением цвета**: *абрикосовый утончённый, белоснежный шёлк, бронзовая богиня, вишнёвый сад, золотой коралл, клубничная овария, утончённый ореховый, шоколадная глазурь, янтарный соблазн* и т.д.;

-цветовую нагрузку несёт **существительное с узуальной мотивацией**: *африканская фиалка, душистая сирень, зимняя вишня, сочный апельсин, майская зелень, искрящийся снег* и т.д.;

-цветовую нагрузку несёт **существительное с незуальной, но прозрачной мотивацией**: *ароматная дыня, нежный румянец, спелая черешня, морозная брусника, цветущий персик* и т.д.;

-цветовую нагрузку несёт **существительное с окказиональной мотивацией**: *бенгальские огни, брызги шампанского, дождливый вечер, индийские пряности, сливочная помадка, смешная девчонка* и т.д.;

-цветовой образ создаёт **устойчивое сочетание**: *горький шоколад, грецкий орех, клубника со сливками, мускатный орех, слоновая кость* и т.д.

В редких случаях для обозначения цвета используются трёхчленные словосочетания, например: *светло-голубой графический, светло-мятный идеальный, светло-розовая иллюзия, лунный свет и розы*.

Анализ показал, что по структурным параметрам среди колоративов, используемых в рекламных каталогах косметических средств, первое место занимают двучленные словосочетания.

Наиболее частотными среди представленных колоративов оказались авторские номинации ассоциативного характера, являющиеся результатом нейминга, то есть разработки привлекательного названия.

Мастерская педагога

Е.А. Алёхина

учитель КО, РЯиЛ МБОУ «Лицей № 2»

Люди существуют друг для друга (учимся общению)

Данная разработка может быть использована как на уроках культуры общения, так и во внеурочной деятельности. Она будет полезна учителю, классному руководителю, воспитателю, школьному психологу, родителям, взрослым и детям.

*Тот, кто думает, что может обойтись без других,
сильно ошибается; но тот, кто думает,
что другие не могут обойтись без него,
ошибается ещё больше.*
Ф. Ларошфуко

Цель: Помочь учащимся понять необходимость и ценность общения. Сформировать представления о правилах общения.

Форма: Классный час с элементами тренинга.

Возраст: 5 класс

Подготовительный этап: Подготовка для учащихся памятки с правилами общения.

Ход классного часа:

Вступительное слово учителя: Дети, мальчики и девочки! Учиться жить среди людей, уметь общаться так же важно, как изучать математику или физику, покорять горные вершины или исследовать морские глубины. И если вы хотите прожить нормальную, полноценную жизнь, без умения жить в согласии с другими людьми, не обойтись, а для этого **необходимо учиться общению**.

Упражнение «Мой круг общения». Определить «круг общения» детям поможет данное упражнение.

Задание: начертите круг, разделите его на доли, подпишите их (родители, друзья, родственники, соседи, учителя...), выделите ярким цветом те, которые обозначают более активное общение. (После выполнения задания ребята обмениваются мнениями).

Учитель: Как осуществляется процесс общения? Психологи отмечают, что в восприятии нами другого человека важную роль играет интонация. **Интонация** – это тон и манера произношения слова, выражающего отношение говорящего к тому, что он произносит.

Ребята, вы, наверное, замечали, что одну и ту же фразу или слово, например, «Здравствуйте», можно сказать так, что человек будет уверен, что вы искренне рады его видеть, и желаете ему здоровья, а можно это же самое слово произнести совершенно равнодушно. Поэтому очень важно следить не только за тем, что вы говорите, но и с какой интонацией вы обращаетесь к человеку.

Игра-упражнение «Приветствие». Дети образуют 2 круга – внутренний и внешний так, чтобы получились стоящие друг к другу пары.

Задание: В течение 1 минуты назовите партнёра по имени и поприветствуйте его. Партнёр должен в ответ назвать имя и тоже поприветствовать. По знаку ведущего внутренний круг делает шаг влево (вправо), таким образом, меняются пары и задание повторяется. Игра длится до тех пор, пока не встретятся первые пары.

Работа в группах (по 4-5 человек). Группы получают карточки, на которых записаны качества человека, помогающие общению или усложняющие его: доброта; открытость; подозрительность; внимание; душевность; грубость; тактичность; зависть; скупость; искренность; лицемерие; лживость; порядочность; эгоизм; доверчивость; честность и т.д.

Задание: знаком «+» отметьте качества, которые помогают общению, и знаком «-» те качества, которые общению мешают.

Учитель: Дети, общение невозможно без умения выслушать собеседника. Проиллюстрировать это можно с помощью игры «Пойми меня», её правила просты: один ученик выходит из класса, остальным ребятам предлагается выучить пословицу, например, *«Не рой другому яму, сам в неё попадёшь»*. Каждый запоминает слово пословицы, затем все участники игры одновременно произносят свои слова. Приглашается ученик, он должен разобрать, что скажут дети. По команде играющие начинают произносить слова пословицы. В итоге хаос, непонятно, о чём идёт речь.

Учитель: Ребята! Важным элементом в общении являются **жесты**. При этом следует помнить о том, что **не** рекомендуется делать: бесцельно вертеть в руках какой-нибудь предмет, тереть кулаками глаза, почёсываться, дёргать кого-нибудь за рукав и т.д. Движения человека должны быть целесообразными и естественными. Ребята, также напомним полезные советы по общению известного психолога Д. Карнеги. (Мальчик и девочка, заранее подготовленные, напоминают одноклассникам 6 советов Карнеги)

1. Улыбайтесь. 2. Искренне интересуйтесь другими людьми и поощряйте их говорить о себе. 3. Помните, что имя человека – это самый сладостный и важный для него звук. 4. Будьте хорошим слушателем. 5. Говорите о том, что интересует вашего собеседника. 6. Не осуждайте своих знакомых в присутствии других людей. Не сплетничайте.

Учитель: (Зачитывает эпиграф). Ребята, в заключение нашей встречи, пожалуйста, выразите своё отношение к эпиграфу классного часа: словам французского писателя, философа, герцога 17-ого века Франсуа де Ларошфуко. (Дети высказывают свои суждения).

По окончании классного часа каждый получает памятки с Правилами общения:

- 1) Уважай собеседника. 2) Будь тактичен. 3) Не унижай собеседника.
- 4) Не принижай достоинств собеседника, не ставь его в неловкое положение.
- 5) Будь внимателен к собеседнику. 6) Умей слушать и слышать собеседника, не перебивай его. 7) Стремись к взаимопониманию.

М.Е.Белова,
учитель английского языка СОШ
№36 г.Воронежа

Отражение в английских пословицах национальных особенностей общения в семье

Помимо общеучебных навыков, каждый урок имеет воспитательный аспект, который осуществляется через личностное отношение учащегося к изучаемой культуре и процессу овладения этой культурой, предполагает формирование системы моральных ценностей.

С целью познания обычаев и традиций страны изучаемого языка (Англии) я стараюсь при изучении темы «Семья» обратить внимание школьников на отношения в русских семьях к бабушкам и дедушкам, к пожилым людям, соседям.

В России принято уважительное отношение к старикам, к своим родственникам. Самым осуждаемым поступком может быть помещение их в дома престарелых.

Большинство же англичан считает своих «стариков» неугодными, они часто остаются одинокими. Вот лишь некоторые английские пословицы, которые подтверждают ненужность старости:

The old cow thinks she was never a calf (смысл: Старые люди не помнят свою юность, поэтому вступают в конфликты с молодежью); **An old dog will learn no new tricks** (смысл: Старого ни учат, ни лечат); **An old ox will find a shelter for himself** (смысл: Старый вол сам себе укрытие найдет).

Что же касается воспитания молодого поколения, то англичане придерживаются строгих правил. Не зря о них говорят, что они чопорны. Детские комнаты зачастую находятся на мансардах или крайних этажах, чтобы не нежить, а закалять детей. И не случайно есть такая пословица: **Children must be seen but not heard** (Дети должны быть видно, но не слышны). Наказать ребенка скорее разрешено, чем запрещено «**A man who was not flogged is not educated**» (Кого не порол, того не воспитали); **Spare the rod and spoil the child** (Пожалеешь розги - испортишь ребенка).

В отличие от англичан в русских семьях принято баловать детей, часто дарить много подарков без повода, ласкать. Русские говорят: «Дети – цветы жизни»; «Засиженное яйцо всегда болтун, занянное дитя всегда шалун». Тут немаловажную роль играют бабушки. У русских бабушки зачастую превращаются в мамок, нянек, балующих своих внуков.

Мы говорим «Первое дитя – наша последняя кукла, первый внук - наше первое дитя».

Может показаться, что дети и родители в английских семьях далеки друг от друга, чтобы иметь нежные чувства, но это вовсе не так. И мамы, и папы, и дети с нетерпением ждут праздников, выходных. «**A babe in the house is a well-spring of pleasure**» (Ребенок в доме – это источник радости); «**Happy is he that is happy in his children**» (Счастлив тот, кто счастлив детьми)

Ценностью русской культуры всегда было радушие, доброта, любовь к ближним.

Полученные знания помогают вырабатывать критическое осмысление реалий своей культуры и культуры страны изучаемого языка.

Л.А. Колосова,
лицей №4, г. Воронеж

Активизация речемыслительной деятельности первоклассников

Одним из направлений моей работы в группе продлённого дня является обучение школьников эффективной устной речи. В современном мире очень важно умение договариваться, находить общий язык и располагать к себе людей. Поэтому у детей младшего школьного возраста необходимо развивать

коммуникативные умения, осознавать и грамотно выражать словами свои мысли и эмоции, правильно строить предложения.

Научить детей этому помогают внеурочные занятия риторикой. Малышам очень нравятся эти уроки, так как они узнают много интересного, учатся правильно говорить, разучивают скороговорки и чистоговорки, с радостью принимают участие в риторических играх.

Закрепить и применить на практике знания и умения, полученные школьниками на занятиях риторикой, мне помогают разноплановые мероприятия, проводимые в рамках лицея. Это и традиционные концерты для родителей на Новый год и 8 Марта, для которых каждый ученик разучивает по несколько стихотворений. Во время репетиций мы работаем над интонацией, силой голоса, осанкой ребёнка, невербальными средствами общения – мимикой и жестами.

Воспитание культурного, вежливого человека является одним из важнейших для современного общества направлений. Младшие школьники, как правило, уже достаточно хорошо владеют навыками вежливости. В школе ученикам необходимо знать и соблюдать основные правила школьного этикета.

Воспитанниками ГПД для параллели первых классов было подготовлено мероприятие «Основы школьного этикета». Дети выразительно декламировали стихотворения о том, как должен ученик с вечера собирать свой портфель и готовить школьную одежду, чтобы утром всё было под рукой. Напомнили своим товарищам о том, что перед школой необходимо завтракать, а на уроках сидеть за партой ровно и не болтать. Рассказали о бережном отношении к учебникам и школьному имуществу.

В повседневной жизни также необходимо соблюдать этикетное поведение. Мы подготовили программу «Вредные советы» по стихотворениям Григория Остера и успешно выступили с ней перед учениками начальной школы.

На Пасху принято совершать семь добрых дел или дарить семь подарков. И тогда весь год до следующей Пасхи Господь будет помнить вашу доброту. Узнав про это русское поверье, первоклассники из ГПД решили подарить своим сверстникам хорошее настроение и подготовили стихотворения на пасхальную тематику. В назначенный день и час воспитанники ГПД выступили перед учениками начальных классов. Прозвучали стихотворения Сергея Есенина «Пасхальный благовест», А.Майкова «Христос воскрес!», К.Бальмонта «Вербь», А. Усачева «Пасха», А.Блока «Вербочки» и другие.

Таким образом, находясь в группе продлённого дня, каждый ребёнок за учебный год разучивает по несколько тематических стихотворений. В итоге дети получают благодарственные отзывы, аплодисменты, море удовольствия и стимул для дальнейшего развития. Ведь подобные мероприятия развивают творческие способности учеников, включают в эмоционально-творческую деятельность, являются прекрасной тренировкой младших школьников к публичному выступлению. А коммуникативные умения и навыки, полученные в результате такой работы, находят своё применение на всех школьных предметах и в повседневной жизни ребёнка.

Художественный текст как средство обучения этикету семейного общения

(на примере рассказа А. Куприна «Куст сирени»)

Классики русской литературы предлагают в своих произведениях определенные алгоритмы бесконфликтного поведения в семейном общении, которые мы можем использовать на уроках для обучения учащихся формированию моделей эффективного общения с противоположным полом.

Рассказ А. Куприна «Куст сирени» интересен с точки зрения коммуникативного поведения героев и может служить наглядным примером анализа взаимоотношений супругов.

Сюжет рассказа всем известен, поэтому нет необходимости напоминать, что с первой страницы писатель, погружая своих героев в проблемную ситуацию, открывает читателям все слагаемые, необходимые для сохранения семейных отношений.

Скрытая коммуникативная цель общения Николая Алмазова состоит в том, чтобы найти человека, на которого можно безбоязненно вылить тот скопившийся эмоциональный негатив, который он получил на экзамене, но внешне он этого не показывает, нарочито затягивая вступление в диалог. Коммуникативная цель жены – развить и поддержать контакт.

Интересно проследить за невербальным поведением Алмазова: «не снимая пальто, в фуражке прошел в свой кабинет», «выпустил из рук портфель, который упал на пол, а сам бросился в кресло, злобно хрустнув сложенными вместе пальцами», «продолжал смотреть в угол с обиженным выражением», «злобно ткнул портфель с чертежами», «во всё время разговора вытаскивал из стоявшей перед ним пепельницы горелые спички и ломал их на мелкие кусочки».

Заслуживает внимания невербальное поведение Веры. Вначале она «молча пошла следом за мужем», «села на ручку кресла и обвила рукой шею Алмазова». Нет упреков за то, что муж пытается сорвать на ней зло, Вера терпеливо пытается вызвать мужа на позитивный диалог, ведь «она приучилась встречать каждую неудачу с ясным, почти веселым лицом».

Жена с пониманием относится и к речевым играм, используемым Алмазовым: «Ах, я бедняжечка!», «Несправедливый мир, жестокая судьба!» (когда герой в своей ошибке пытается обвинить даже национальность профессора: «аккуратный такой немец, педант»).

Вера не поддается провокационным косвенным речевым актам, используемым Николаем: «Ну да, забраковали, если тебе так хочется знать. Неужели сама не видишь?» (Смысл реплики: я так расстроен, а хорошая жена должна бы и сама догадаться, что мне плохо). Алмазов говорит раздраженно, пытаясь обвинить жену в некомпетентности и даже недалёкости: «Какие ты, ей-богу, детские вопросы задаешь!».

Вера чувствует на себе всю тяжесть законов общения, применяемых мужем: закон речевого поглощения эмоций (супруг выговаривается перед женой,

жалуется), закон первичного отторжения иной точки зрения. («Ах, не говори, Вера, глупостей! Неужели ты думаешь, что я поеду оправдываться и извиняться?»). Сама героиня старается следовать принципам бесконфликтного общения:

1. принцип толерантности, терпимости к собеседнику;
2. принцип благоприятной самоподачи (Вера показывает себя внимательной, заботливой собеседницей).

Если говорить об этикете внешнего вида, то можно отметить реакцию Веры, когда она видит «насупившееся лицо со сдвинутыми бровями и нервно закушенной нижней губой» и понимает, что у мужа произошло несчастье. А. Куприн отмечает, что «Вера заговорила, наконец, первая, с осторожностью, с которой говорят только женщины у кровати труднобольного человека». «Ты скажи, всё равно ведь вместе обсудим», - говорит она мужу, предлагая себя не только в качестве «жилетки», что называется, поплакать, но и предлагая вместе решить возникшую проблему.

Вера использует в общении с супругом следующие приемы речевого воздействия:

1. демонстрирует сочувствие к собеседнику, активное участие, дружелюбие;
2. обращается к собеседнику по имени (Коля);
3. подыгрывает в речевой игре, избираемой собеседником;
4. демонстрирует, что разговор для нее очень важен;
5. приближается, дотрагивается до собеседника;
6. выражает готовность вместе преодолеть трудности;
7. учитывает правила воздействия на определенную аудиторию, а именно на мужскую;
8. выражает уверенность, что собеседник сам справится.

Вера Алмазова, умело используя правила и приемы речевого воздействия, опираясь на законы общения, показывает себя эффективным коммуникатором: ей удастся не только избежать конфликта, но и выстроить позитивную модель выхода из проблемной ситуации. Итог её умело смоделированного поведения – мир в семье: «и они шли домой так, как будто бы, кроме них, никого на улице не было: держась за руки и беспрестанно смеясь. Прохожие с недоумением оглядывались, чтобы еще раз взглянуть на эту странную парочку».

На мой взгляд, именно сегодня, когда каждый третий ребенок воспитывается в неполной семье, потому что родители «не сошлись характерами», нужно учить современных подростков культуре семейного общения, опираясь на примеры классической русской литературы.

Л.Е Новикова,
учитель русского языка и литературы
МБОУ СОШ №56, г.Воронеж

Некоторые приемы обучения учащихся аргументации в сочинении-рассуждении (ЕГЭ)

Всем известно, что в экзаменационном сочинении-рассуждении должны присутствовать следующие разделы:

1. Характеристика темы и проблематика текста. (Необходимо выделить одну из проблем и прокомментировать.)
2. Позиция автора данного текста.
3. Собственная позиция и аргументация.
4. Вывод.

Наиболее трудным этапом, на мой взгляд, является этап аргументации. Учащиеся затрудняются сразу определить, какое произведение в лучшей степени подходит как литературный аргумент (основанный на читательском опыте), чуть проще с аргументом, основанном на жизненном опыте, нужно вспомнить факты из реальной жизни, в том числе собственные. Что же такое аргумент? Аргумент – доказательство какого-либо утверждения. Аргументы могут быть сжатыми и развернутыми. Они состоят из небольших предложений.

Говоря об аргументе, следует вспомнить, что в качестве доказательств используется материал художественной, публицистической, научной литературы, необходимо обобщить, изложить кратко те сведения, которые могут быть аргументом, подтверждающим собственную точку зрения. В том случае, если в качестве доказательств приводится факт из жизни, необходимо помнить, что эти моменты из бытовой жизни должны быть тщательно обработаны. Вторым аргументом могут служить знания каких-либо исторических фактов, различные сведения из жизни известных людей, различные высказывания, оформленные в виде прямой и косвенной речи, а также пословицы и поговорки.

Если вы приводите в качестве аргумента-довода пословицу и поговорку, необходимо её пояснить.

При оформлении аргументации логично использовать следующие слова и выражения:

- Я полностью разделяю точку зрения автора... , согласен с тем, что...
- Доказательством этой мысли может служить такой факт , как...
- Эту мысль мы видим и в русских пословицах...
- Эта точка зрения кажется мне верной, потому что... Во-первых, мне не раз приходилось быть свидетелем такого события, как... Во-вторых, в этом нас убеждает произведение русской литературы...

Приведу таблицу проблем и литературных аргументов, которые могут быть использованы:

Нравственные проблемы :

Добро и зло (М.Шолохов. *«Судьба человека»*, М. Булгаков *«Мастер и Маргарита»*)

Истинные и ложные ценности (А.М.Горький *«Старуха Изергиль»*, А. И. Солженицын *« Матрёнин двор»*, Д. С. Лихачёв *«Письма о добром и прекрасном»*)

Нравственный выбор (А.М.Горький «На дне», В.Г. Распутин «Уроки французского», Д.С.Лихачёв «Письма о добром и прекрасном»)

Внутренняя и внешняя красота (Л.Н.Толстой «Война и мир», А.С.Пушкин «Евгений Онегин»)

Экологические проблемы:

Человек и окружающая среда, влияние природы на человека (М.М.Пришвин «Кладовая солнца», стихотворения Ф.И.Тютчева и А.А.Фета, Есенина, И.А.Бунина. В.П. Астафьев «Царь-рыба»)

Экологическая катастрофа (В.Г.Распутин «Прощание с Матёрой», Б.Л.Васильев «Не стреляйте в белых лебедей»)

Сохранение русского языка. Экология русского языка: (И.С.Тургенев. Стихотворение в прозе «Русский язык», И.А.Бунин «Молчат гробницы, мумии и кости...»)

Эстетические проблемы:

Искусство в жизни человека (В.Г.Короленко «Слепой музыкант», А.И. Куприн «Гранатовый браслет».)

Роль книги в развитии общества (А.И. Горький «Мои университеты», Д.С. Лихачёв «Письма о добром и прекрасном»)

Политические проблемы:

Конфликты, бессмысленные войны (Л.Н. Толстой «Война и мир», Б.Л. Васильев «А зори здесь тихие», М.А. Шолохов «Судьба человека»)

Чинопочитание и бюрократизм (А.П. Чехов «Толстый и тонкий», «Смерть чиновника», А.С. Грибоедов «Горе от ума», М.Е. Салтыков-Щедрин «История одного города»)

Социальные проблемы:

Социальная несправедливость (Ф.М. Достоевский «Униженный и оскорбленный», «Преступление и наказание», Л.Н. Толстой «После бала», В.Г. Короленко «В дурном обществе», А.И. Куприн «Чудесный доктор», «Белый пудель»)

Философские проблемы:

Смысл жизни, счастье (М.Ю. Лермонтов «Герой нашего времени», Н.А. Некрасов «Кому на Руси жить хорошо», И.А. Гончаров «Обломов», К.А. Каверин «Два капитана», А.И. Солженицына «Один день Ивана Денисовича»)

История и человек :

(Д.С. Лихачёв «Письма о добром и прекрасном», В.Г. Распутин «Прощание с Матёрой», А.С. Пушкин «Медный всадник»)

Покажем возможные формы работы на примере рассказа воронежской писательницы Надежды Серединой «Орешки на ладони».

Орешки на ладони

В сосновом парке «Дельфин» дельфинов никогда не было. Слава это знал, но не знал, что живет там белочка. Летом ей хватает ягод и грибов, а зимой она питается запасами и угощениями. Когда ей холодно, она спускается ниже по веткам сосны и глядит на людей.

Белочка впервые увидела мальчика в солнечный зимний день. Она мало знала о людях. Раскачиваясь на ветке, загляделась она на него. «Цвик-щёлк, - удивилась белочка и на всякий случай перепрыгнула выше. – Почему он ходит, а не прыгает, как я?»

Были у него две ноги – лапы, на которых он шел по дорожке между соснами. Вот Слава остановился, увидев белочку. Слава опустил руку в карман, будто у него там были орешки. Но белочка не спустилась, посмотрела и спряталась за ветку.

Белочка вспомнила Вику, девочку, которая приходила к ней и приносила орешки. Вика всякий раз угощала пушистого зверька орешками.

Мальчик видел, как Вика подружилась с белочкой, и ему захотелось приманить пушистого зверька и потрогать. Белочка взмахнула рыжим хвостом и парашютиком спустилась на землю. Она застыла, доверчиво глядя в глаза. Он придвигал руку к ней ближе, ближе. Она заглянула в его ладонь. «Цвик-щёлк! – укусила его, не сильно, а так, чтобы показать обиду, – Не зови, цвик, не обманывай, щёлк. Цвик-щёлк».

– Ах ты! – Слава замахнулся с обидой и злостью, как зверь, на белку. – Противная! И хвост у тебя рыжий!

А белочка поднялась высоко-высоко и смотрела на своего обидчика сверху вниз.

Но вот рука человека-зверя взметнулась, и в белочку полетел камень. И её ветром сдуло. Была белочка – и нет белочки...

(По Н. Серединой)

Задание: прочитайте исходный текст, подумайте над его содержанием, определите проблему и авторское отношение к ней, определите аргументы, основанные на читательском и жизненном опыте.

Выясняем, что в тексте речь идёт о нравственной проблеме и взаимоотношениях человека с природой.

Остановимся на аргументах.

При изложении собственной точки зрения и аргументации подойдут следующие аргументы:

- 1) Лихачев «Письма о добром и прекрасном»; Пришвин «Кладовая солнца»
- 2) Жизненные наблюдения об отношении человека с окружающей средой.

Итак, для того чтобы успешно справиться с частью С2, необходимо глубоко понять смысл текста, корректно изложить собственную точку зрения, правильно оформить сочинение-рассуждение в композиционно-речевом плане.

Е.А.Петухова,
учитель русского языка и литературы
МБОУ СОШ №36, г.Воронеж

Воспитание толерантности при изучении рассказа Л.Н.Толстого « Кавказский пленник»

В настоящее время очень актуальны темы межнациональных отношений. В связи с этим воспитание толерантности - важная задача, с которой сталкиваются педагоги. В этом нам помогает обращение к произведениям классической литературы.

При изучении рассказа Л.Н.Толстого « Кавказский пленник» в 5-ом классе я акцентирую внимание учащихся на взаимодействие разных культур.

В рассказе «Кавказский пленник» пятиклассники знакомятся с особенностями национальной культуры горцев: их жилище, одежда, ритуалы. Все вызывает интерес у учащихся, все необычно, колоритно. В ходе анализа произведения ребята приходят к выводу, что, несмотря на Кавказскую войну, личной неприязни между жителями аула и пленными нет. Наоборот, Жилин заслуживает уважение среди татар своим трудолюбием, мастерством, находчивостью. Его чувство собственного достоинства и бесстрашие в сцене торга за свой выкуп вызывают восхищение горцев. Недаром они прозвали Жилина «джигит», сравнив таким образом со своими воинами, смелыми и отважными, бесстрашными и решительными. В словах Абдула звучит уважение к Жилину: «Твоя Иван хорош, моя Абдул хорош». Абдул постоянно улыбается, разговаривая и глядя на Жилина. Здесь улыбка - символ дружелюбия, несмотря на войну. Да и жители аула благодарны русскому пленному за помощь. Игрушки, которые герой мастерит, тоже вызывают улыбки горцев, восторг и счастье у детей. Жилин не делит детей на своих и чужих, он рад удивить их, делая это бескорыстно.

Учащиеся делают вывод, что герои в своих отношениях руководствуются законами гуманизма. Различия в нации, вероисповедании не мешают видеть друг в друге интересных людей, достойных уважения. Поступок татарской девочки Дины, спасшей русского пленного, доказывает, что чувство любви к ближнему присуще человеку любой национальности. Оба героя живут по закону гуманизма, им обоим присуща доброта - величайшее достоинство человека, и национальность тут не имеет значения. Существуют общечеловеческие нормы нравственности. А плохих людей, к сожалению, хватает среди всех наций. Так, русский солдат Костылин не раз предает Жилина. Особо интересен образ «красного» татарина, который живет по другому закону - закону ненависти, считает, что только священная война может восстановить справедливость, и ненавидит всех русских.

Пятиклассники делают вывод, что не национальность, не вероисповедание важно в людях. Ценить нужно совсем другие качества.

Пленников в рассказе двое, но назван он «Кавказский пленник». Почему? Тем самым Л.Н.Толстой подчеркивает значимость образа Жилина для понимания идеи рассказа. Именно он умеет трудиться, может быть верным в дружбе, мужественным, искренним, любящим. Именно эти качества важны в человеке. Л. Н. Толстой поднимает в рассказе важные нравственные проблемы: о товарищеском долге, доброте и отзывчивости, о верности, дружбе, о храбрости и стойкости. Он славит сильных духом людей, готовых преодолеть любые препятствия. Толстой повествует о силе дружбы, которая сближает людей разных национальностей.

Остро ставит Толстой проблему «мира и войны» в душе человеческой. Автор убеждён, что зло в ответ рождает только зло, насилие, разрушение. В основе зла – нетерпимость, стремление к наживе, национальные предрассудки. Злу могут противостоять любовь к людям, доброта, забота о ближнем. Зло рождает в душах людей войну, а доброта – мир. Но победа «мира» приходит не сразу и не ко всем. К старику Хадже, ненавидящему всех и вся, она уже не придёт. А для Дины и таких, как она, ещё не поздно. Дружба Жилина и Дины – залог всеобщей победы «мира», в которую автору хочется верить.

Кавказская война, о которой рассказал Л.Н.Толстой, была продолжена в 20-ом веке. В ней пострадали не только русские, но и дагестанцы, ингуши и другие народы, проживающие в Чечне. В наше время не утихают войны и вражда. Очень важно, чтобы толерантность как неотъемлемая часть культуры общения прививалась с детства и сопровождала нас на протяжении всей жизни. И этому учит рассказ Л.Н.Толстого - нельзя разделять людей по национальному признаку и вероисповеданию нельзя враждовать, нужно стремиться к взаимному пониманию.

О.А.Седова,
учитель русского языка и литературы
Воронежской кадетской школы

Речевое и интеллектуальное развитие учащихся на уроках русского языка с помощью пословиц

В соответствии с новым государственным образовательным стандартом личностно ориентированный подход в современном обучении предполагает формирование системы взаимосвязанных компетенций: лингвистической, коммуникативной и культуроведческой.

Компетентностный подход предполагает поиск подходов и методов, при которых учащиеся приобретают умение использовать полученные знания в различных жизненных ситуациях. Несомненно, изучение норм русского языка станет более успешным, если оно будет происходить одновременно с применением их в живой речи. И в этом нелегком деле нам, учителям – словесникам, могут помочь пословицы. Компетентностный подход позволяет расширить спектр их применения на уроке.

Эту работу можно проводить как в средних, так и в старших классах в виде орфографических или речевых разминок, заданий для повторения и др., то есть, вставляя в ход урока в зависимости от изучаемой темы и поставленной цели.

Лингвистическую компетенцию, направленную на приобретение знаний об устройстве и функционировании языка, развитие языкового и эстетического идеала помогают формировать следующие виды упражнений:

1. *Объясните написание всех орфограмм и пунктограмм в пословицах (например, в таких: «Любишь кататься - люби и саночки возить». «Неправдою свет пройдешь, да назад не воротишься» и т.д.)*

2. *«Соревнование» - кто больше вспомнит пословиц с определенной орфограммой, например, на «ь после шипящих» или «о – е после шипящих» и др. или быстрее всех выпишет односоставные предложения, объяснит постановку тире в предложении (например, на чужой стороне и сокола вороном зовут, цыплят по осени считают, жить – Родине служить, волков бояться – в лес не ходить).*

Для формирования коммуникативной компетенции, т.е. овладения видами речевой деятельности, умениями и навыками использования языка в различных ситуациях общения можно использовать:

1. *Взаимодиктант* (диктант в паре) – ученикам можно поручить самостоятельно подобрать дидактический материал, собственную подборку для

мини-диктанта – привлечение справочной литературы или иных поисковых систем позволит обеспечить осознанный перенос и применение УУД в конкретных ситуациях для решения познавательных задач.

Ученику можно поручить выполнить функцию консультанта, проверить выполнение заданий у других. Такая работа позволяет формировать правописные навыки с навыками оценивания и самооценивания.

2. *Диктант по памяти* – пословицы учатся наизусть и в процессе записи воспроизводятся по памяти. Их лаконичность и художественная образцовость как нельзя лучше подходят для этого вида работы.

3. Развитие монологической устной или письменной речи. *В чем может быть нравственным ориентиром для современного человека такая пословица: «Скажешь – не воротишь, напишешь – не сотрешь, отрубишь – не приставишь».* (Русский язык. 7 класс: поурочные планы по учебному комплексу В.В.Бабайцевой», Волгоград: Учитель, 2008).

4. «Пословичное лото» - собрать «разорванные» пословицы (работа в группах).

5. «Перевертыши» - вернуть «перевернутой» пословице первоначальный облик.

6. «Продолжи пословицу» - по началу предложения закончить пословицу, учитывая ее композицию и рифму.

Для развития **культуроведческой компетенции**, т.е. осознания языка как формы выражения национальной культуры, взаимосвязи языка и истории народа возможны задания:

1. «Соревнование» - кто больше вспомнит, найдет пословиц на заданную тему, например, о доброте, бережливости, о труде и др.; или такие, в которых упоминаются устаревшие слова, определить их значение с помощью толкового словаря, например: *каждый сверчок знай свой шесток; не было ни гроша, да вдруг алтын.*

2. *Индивидуальные монологические сообщения по истории возникновения пословиц (мини-исследования).* Так, пословица *делу время, потехе – час* - означает, что основное время надо уделять серьезным заботам, а не отдыху. Слово «дело» в старину имело разные значения: «работа», «труд», «должность», «битва». «Потеха» значило «забава», «увеселение» «зрелище», «охота». Слова «время» и «час» обозначали некоторый срок. Есть историческое свидетельство том, что царь Алексей Михайлович в конце предисловия в книге «Урядник» (1656) - своде правил соколиной охоты – популярной потехе того времени - сделал приписку: «Не забывайте: делу время и потехе час», которая напоминала придворным, что они, увлекаясь охотой, не должны забывать о службе государству. (Люстрова З.Н., Скворцов Л.И., Дерягин В.Я. *Беседы о русском слове.* М., «Знание», 1976.)

3. *Объясните, как вы понимаете смысл пословицы «С книгами жить – век не тужить» (устно или письменно).*

4. *Создание сочинения по пословице* - рассуждение на морально-этическую тему или написание тренировочного сочинения – допуска по литературе, обязательном с 2014 года, например, *«Сила хорошо, а ум лучше, а доброе сердце – все покрывает».*

Пословица может выручить слабого ученика при написании сочинения на ЕГЭ, если он приведет ее в качестве аргумента из жизни и прокомментирует.

Таким образом, пословицы универсальны по своей сфере применения: можно организовать работу над орфографическими и пунктуационными умениями, над учебно-языковым материалом и по развитию связной речи. Содержание пословиц – один из источников воспитательных ориентиров, расширения кругозора, представления о русском языке как форме выражения национальной культуры, специфике русского менталитета, истории языка и государства, нормах этикета и особенностях социального взаимодействия.

О.А. Старосельцева,
учитель культуры общения
СОШ №52, г.Воронеж

Упражнения, развивающие творческие способности учащихся

(Из опыта преподавания культуры общения в 9-ом классе)

Одной из главных задач образования сегодня, как известно, является развитие творческого и критического мышления учащихся через чтение и письмо. Школьник должен самостоятельно уметь искать, анализировать и оценивать информацию. Современность требует от человека не шаблонных действий, а творческого подхода к решению разнообразных проблем. Эти решения будут направлены на самоопределение и самоактуализацию.

Философская энциклопедия даёт следующее определение творчества: «Творчество – деятельность, порождающая нечто новое, никогда ранее не бывшее». И эта деятельность ценна особенно в наше время, когда можно решить любую задачу, зайдя на сайты готовых домашних заданий. К сожалению, из-за доступности информации многие учащиеся перестают думать самостоятельно. Выход из этой проблемы, на мой взгляд, в создании специальных упражнений, развивающих творческие способности.

Уже не первый год, ведя уроки культуры общения в 9-ом классе, в рамках темы «Деловое письмо» я предлагаю задание написать резюме на должность своей мечты. Нужны пояснения: предположительно устраивающемуся на работу 25 лет, у него обязательно есть образование и опыт работы. Этому заданию предшествует урок, разъясняющий понятие резюме и его структуры. Поэтому девятиклассники понимают, что им необходимо ещё указать цель резюме, контактные телефоны, профессиональные навыки, дополнительные сведения о себе. Само задание является домашней контрольной работой, то есть написание документа, содержащего информацию, необходимую для найма на работу, даётся достаточное количество времени, поскольку урок проходит раз в неделю.

Данный вид деятельности заставляет ребёнка ответить на ряд вопросов:

1. Кто я в этом мире?
2. Кем бы я хотел стать?
3. На что я могу претендовать?
4. Каковы мои способности и умения?
5. Хочу ли я в будущем иметь семью? и т.д.

Не справившихся с написанием резюме очень мало. Как правило, это замкнутые дети, не говорящие на уроках, имеющие низкую самооценку. С

такими учащимися я работаю индивидуально, стараясь разговаривать их и получить резюме хотя бы в устной форме. Волю фантазии дают единицы. Претендующих на должность президента Российской Федерации или корпорации «Майкрософт» с каждым годом всё меньше и меньше. Самая смелая должность в этом учебном году среди девятиклассников - должность посла.

На сегодняшний момент нельзя выделить очень популярные профессии среди учащихся 9 классов МБОУ СОШ №52. 3 человека из 32 хотели бы стать архитекторами, 3- экономистами, 3 –инженерами, 3- поварами. По 2 человека из общего списка мечтают стать секретарями, программистами, системными администраторами, учителями, бухгалтерами и сотрудниками Главного разведывательного управления. Единичны должности врача-стоматолога, фармацевта, музыкального руководителя в детском саду, лётчика-истребителя, генерального директора, менеджера по рекламе, машиниста поезда, продавца, посла и стюардессы.

Достаточно интересно отношение учащихся к семье и браку. Только 6 девочек из 19 хотели бы оказаться замужем в 25 лет, 13 из 13 мальчиков мечтают быть холостяками.

Несмотря на многоплановость должностей, представленных в контрольной работе, ученики моей школы надеются получить высшее образование. Только 3 человека считают, что вузы им недоступны.

В перечне дополнительных сведений и навыков подавляющее большинство указало отличное знание не только английского, но и немецкого, испанского и украинского языков (29 человек). 30 человек считают себя опытными пользователями персонального компьютера. 26 учащихся мечтают о водительских удостоверениях в двадцатипятилетнем возрасте. Были названы также возможность выезда в командировку, умения организовать пресс-конференцию и корпоративные праздники, а также коммуникабельность, пунктуальность, ответственность, быстрая обучаемость.

На основании данных, полученных в результате проверки контрольной работы, можно предположить следующее:

1. При поступлении на работу у моих учеников не будет проблем с написанием резюме.
2. Приоритетным для учащихся является высшее образование.
3. Подавляющее большинство детей считает важными знания иностранных языков и навыки работы с компьютером, а также умение водить автомобиль.
4. Шестнадцатилетние юноши и девушки пока не задумываются о собственной семье, поэтому так мало тех, кто хотел бы вступить в брак до двадцати пяти лет.
5. Девятиклассники моей школы задумались над тем, какую профессию они выберут. А это уже немаловажно, поскольку многие современные выпускники на вопрос: «Кем ты хочешь стать?» не могут дать чёткого ответа.

Таким образом, работа, направленная на самоопределение, отвечает требованиям современного образования.

Формирование языковой межкультурной компетенции посредством иностранного языка

Иностранный язык всегда был важнейшим средством общения, без которого невозможно существование и развитие человеческого общества. При помощи языка мы готовим личность, готовую вступать в диалог не только с носителями родного языка, но и иностранного, формируем коммуникативную компетенцию у ученика, то есть способность и готовность осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение с носителями языка.

Мы формируем коммуникативную и социокультурную компетенцию за счет таких видов деятельности, как составление диалогов на различную тематику (мы обучаем диалогам этикетного характера, в которых главное не «что?» сказать, а «как?» сказать), чтобы ученики могли избежать неловких ситуаций в живом общении с иностранцами, в которых они не просто что-то предлагают (инициируют диалог, так как именно иностранный язык помогает ученикам не бояться вступать в дискуссию с другими людьми, обучает правилам ведения разговора), но и учатся вежливо отказывать собеседнику или принимать его точку зрения.

Так нами был проведен урок-дискуссия «Школа в России и Германии», целью которого было сформировать межкультурную компетенцию. Учащиеся показали умение высказываться на заданную тематику. Сравнивали образование в России и Германии, находили как общее, так и различия, обменивались мнениями, используя различные лексические средства и грамматические структуры.

Используем мы и такую новую форму дискуссии, как дебаты. Например, урок - дебаты по теме «Город, – каким он должен быть», в процессе которого учащиеся обсуждали преимущества и недостатки обустройства города, представители команд выступали со своими выводами и показали умение подходить к консенсусу.

Проекты – это другой, более самостоятельный вид деятельности, требующий от ученика способности к обустройству, созданию команд и социальных групп, освоению и конструированию нормативных лексико-грамматических высказываний, выполнению каких-либо работ и умению их представлять и защищать. Нами были выполнены такие проекты, как: «Мой дом», «Времена года», «Жить лучше в городе или в деревне?», «Моя Родина».

Еще одной формой иноязычной активности можно назвать научно-практические конференции учащихся, которые в нашей школе проводятся ежегодно.

На таких конференциях учитывается в первую очередь защита работы: языковая подготовка, умение не терять чувства самообладания, способность быть готовым к простым и провокационным вопросам. Благодаря таким конференциям, ученики выходят на следующие уровни – участие в региональных научно-методических конференциях при ВОИПКиПРО с публикацией своих докладов. Так нами были подготовлены такие работы, как

«Отражение национальных особенностей общения в немецких пословицах» и «Гостеприимство в немецких пословицах».

Участие во Всероссийских конкурсах, викторинах и олимпиадах дают возможность нашим ученикам проявить свои творческие и индивидуальные способности и продемонстрировать умение владеть иностранным языком. Успешное овладение немецким языком подтверждается участием и победами в таких конкурсах, как: Всероссийская занимательная викторина «Сказки Андерсена», муниципальный этап конкурса сочинений на иностранном языке «Почему я изучаю иностранный язык», международный Интернет-проект «Диалог культур» с работой «Пословица не даром молвится», Всероссийский конкурс открыток на иностранном языке «С праздником!», Всероссийский «Молодежный чемпионат по немецкому языку» (олимпиада), общероссийский конкурс «Педагогическое мастерство», где была представлена научно-исследовательская работа учащихся «Пасхальные символы и обычаи в России и Германии» и многие другие.

Таким образом, мы получаем личность, способную аргументировать, вести межкультурный и межличностный диалог с носителями иностранного языка и быть мобильной в нашем радикально меняющемся мире.

Н.И. Струкова,
МБОУ СОШ № 19, г. Воронеж

Сколько слов в день человеку нужно?

(к решению проблемы активного словарного запаса подростков)

Словарь Вильяма Шекспира по подсчету исследователей составляет 12000 слов. Словарь негра из людоедского племени «Мумбо-Юмбо» составляет 300 слов. Эллочка Щукина легко и свободно обходилась тридцатью». Рада вашей улыбке при чтении этих строк из романа Ильфа и Петрова «Двенадцать стульев». Между тем проблема количественного речевого запаса подрастающего человека остается на промежуточном уровне между двумя последними фразами цитаты.

Необходимость приблизительного подсчета активной лексики (и её качества) назрела на одном из уроков культуры общения в девятом классе, когда я, не выдержав односложных, безликих, но зато активных ответов выпускников, привела данные в начале строки из романа «Двенадцать стульев». Заинтересовала. Улыбнулись и вместе решили заняться подсчетом ежедневной нормы активной лексики.

Ребятам было сообщено, что словарный запас человека состоит из активного и пассивного. Под понятием *активный запас* понимаются слова, которые человек использует постоянно в устной речи и на письме; пассивный же запас составляют слова, которые человек узнает при чтении и на слух, знает их значения, но не использует их сам в устной речи и письме. Пассивный словарный запас больше активного в несколько раз.

Для проведения эксперимента я предложила старшеклассникам (8-9 классы) в количестве 45 человек анкету такого содержания:

1. Подсчитай и запиши, сколькими словами ты пользуешься в течение целого дня?

2. Чтобы было легче, распредели тематику общения: а) дом; б) школа; общение с ровесниками, учителями; в) общение со взрослыми – дома, в школе;

3. Узнал ли ты во время проведения эксперимента какое-то новое для тебя слово? Запиши его, упомяни, кто тебя с ним познакомил, из какой оно области;

4. Читал ли ты в день проведения эксперимента какое-то художественное произведение; если да, укажи автора;

5. Когда ты встречаешь незнакомое слово, как ты поступаешь? а) смотришь значение в словаре, Интернете; б) обращаешься к взрослым за разъяснением; в) пытаешься сам сначала определить значение слова в контексте;

6. Есть ли у тебя любимые слова и выражения, которые ты повторяешь многократно? Поделись, пожалуйста! Если таковых нет, укажи подобные выражения, используемые в речи знакомыми и друзьями;

7. Укажи примерное количество слов, которыми ты пользуешься в течение целого дня. Можно составить примерный перечень.

Ребята отнеслись к предложенному эксперименту довольно ответственно. Большинство участников почти стенографически записали все слова, которыми пользуются в течение дня. Мы получили своеобразный словесный «коктейль» – смесь бытовой разговорной лексики (56%), сниженной лексики и жаргона (23%) и местами использование инвектив (12%); остальные 9% относятся к предметной научной лексике, используемой на уроках; сюда же вошли слова-сорняки: типа того, это самое и т.п.

Интересно, какие новые для себя слова открыли старшеклассники в день проведения эксперимента. Перечислим такие как **дивергент, экстраверт, интроверт, прокрастинация, психрометр, контекстуальный, экзистенциализм, гуманист, дискуссия** (русский язык, культура общения, история, обществознание, физика).

Учителя - филологи, родители (продвинутого уровня) часто сетуют на то, что ребята мало читают. Но так совсем не кажется, если посмотреть перечень произведений, приведенный ниже. Итак, в день проведения эксперимента старшеклассники читали:

1. В. Катаев «Сын полка» (1 чел.)
2. Н. А. Некрасов. Стихотворения; поэма «Кому на Руси жить хорошо» (6 чел.)
3. Л. Н. Толстой «Война и мир» (2 чел.)
4. Р. Толкиен «Властелин колец» (2 чел.)
5. М. Шолохов «Тихий Дон» (3 чел.)
6. О. Уайлд «Портрет Дориана Грея» (1 чел.)
7. Г. Флобер «Госпожа Бовари» (2 чел.)
8. А. И. Солженицын «Один день Ивана Денисовича» (2 чел.)
9. К. Маккалоу «Поющие в терновнике» (1 чел.)
10. Р. Брэбери «451 градус по Фаренгейту» (2 чел.)
11. Г. Джон Уэллс «Человек-невидимка» (1 чел.)
12. Произведения русской и зарубежной фантастики (5 чел.)
13. Л. Н. Толстой «Анна Каренина» (1 чел.)
14. А. Конан Дойл «Приключения Шерлока Холмса и доктора Уотсона» (1 чел.)
15. Э. Бронте «Грозовой перевал» (1 чел.)

Как видим, подростки читают на момент эксперимента. Это составляет 69% опрошенных. Цифра впечатляет, хотя подобного впечатления на уроках гуманитарного цикла сама речь старшеклассников не производит, одни междометия и словосочетания.

Тем интереснее читать ответы на следующий вопрос о пополнении и расширении своего лексического словарного запаса. Вопрос звучал так: «Когда ты встречаешь незнакомое тебе слово, как ты поступаешь?» (вопрос № 5 анкеты). 19 человек ответили, что обращаются за разъяснением к взрослому (самый простой путь); 21 человек работают самостоятельно: либо смотрят значение слова в словаре, либо в Интернете; сами пытаются разобраться в значении слова, анализируют его в контексте – всего 5 человек.

Примечательно, что многие не смогли назвать своих любимых выражений. Однако таковые все же были упомянуты по итогам наблюдений за близкими и друзьями (как не вспомнить известную пословицу о бревне в своём и соринке в чужом глазу!) Перечислим: *Что за чушь?, ё-моё, это самое..., лучше поздно, чем никогда, товарищи, давайте!, Нет, ну не дебил!, Больной на голову, Это я удачно зашел..., Сударь, сударыня, Ясно, Я же говорил..., Прекрасно выглядишь!*

Ответ на последний вопрос не вызвал ни малейших затруднений, свойственных, впрочем, больше взрослым (последние анализируют свои слова и поступки), нежели подросткам – все уверенно называли количество слов, необходимых человеку в день для общения. Вот цифры: 30 слов – 1 чел.; 150-170 слов – 11 чел.; 200-350 слов – 14 чел.; 500 – 1000 слов – 8 чел.; 3000-3500 слов – 5 чел.; 5000 слов – 1 чел.; немного – 2 чел.; много – 3 чел. Отрадно, что все-таки цифра 30 (слов) прозвучала один раз – Эллочкин вариант, наверное...

Подводя итоги, хочется сказать, что большинство ребят были недалеко от истины. Мы все же подсчитали общее количество используемых каждый день слов (сюда не входила предметная научная лексика). Количество слов, ежедневно употребляемых подростками, составило примерно от 300 до 400 (на момент проведения эксперимента). Так что большинство респондентов довольно-таки критично подошли к количественной оценке собственного активного словарного запаса.

Приведу отрывок из полученного нами списка активной лексики подростков (запаситесь терпением): *Ох, опять утро; блин, завтра в школу; доброе утро; как дела; как сам; чем занимаешься; можешь дать совет; меня все бросили; привет; спасибо; пока; дай (списать, чаю, поесть, посмотреть, попить, позвонить, телефон и т.п.); здравствуй (те), что нового; все хорошо; имидж; хочу спать (очень популярное выражение среди опрашиваемых); репетитор; опаздываю; зарядка; шоколад; я обиделась; мне скучно; что надеть; пошли гулять; я тебя люблю; хочу чаю; у нас есть печенье; где мои наушники; все равно, скачать (музыку, песню, книгу и т.п.); зарядить телефон; все надоело, хочу домой; сколько можно; сколько времени до звонка; еще 5 минут; погуляй с собакой; это самое; типа того; хочу; какой следующий урок; помоги мне; помой посуду; нет; да; может быть; спокойной ночи; не знаю; конечно; что на завтрак; привет; иду собирать учебники; пойдем в кино; я не голодный; вообще; я ушел; привет; будешь играть; я за компьютер; скорее на тренировку; мам, пап, дайте денег;*

удачи; сделай музыку погромче; сделай музыку потише; выключи свет (компьютер); позвони мне в обед; дайте мне котика, отдохну и за дела...; все надоело; скучно; позвони бабушке и дедушке; отвали (обращение к младшим братьям и сестрам, иногда к ровесникам); завтра спросят, надо учить; боюсь отвечать; у меня не получится; я некрасивый; особо одаренный; без стука не входить; я в душ; компьютер долго не занимать; лучше поздно, чем никогда; имена знакомых и друзей (в основном, преобладает уменьшительно-ласкательные варианты имен); идиотизм; я его люблю, а он козел; кто мне написал? нужно купить зарядку; не забыть сделать макияж; переведи. Разумеется, это не вся обрабатываемая на момент эксперимента лексика, а отрывок, данный почти без жаргона и инвектив, которые мы приводить здесь не будем по причине их печальной известности.

Радует обращение подростков к художественной литературе; нельзя не отметить внимание ребят к собственному активному (да и пассивному тоже) словарю. Подростки откровенны в своих ответах, не приукрашивают используемую лексику, как видно из перечня слов, хотя она и далека от нормативной речи. Достойно уважения довольно реалистичное отношение к определению количества слов, используемых каждый день. Все-таки внимание к речи – процесс кропотливый и долгий, и наш эксперимент заставил подростков под новым углом взглянуть на собственную речь и задуматься о способах пополнения своего словарного запаса. Немного же человеку нужно...

Русский язык глазами школьников

П. Вовчаренко,
МБОУ гимназия имени И.А. Бунина,
г. Воронеж

Образ семьи в рекламе

Предлагаемая работа посвящена исследованию образа семьи в современной телевизионной рекламе.

Непосредственным и основным источником изучения послужили современные рекламные ролики, представленные на центральных телеканалах. Так какой же он, образ современной семьи в рекламе?

Во-первых, в любом рекламном ролике показывают людей довольных, счастливых, улыбчивых, демонстрируя, как данный продукт необходим каждой ячейке общества. Все члены таких семей отлично выглядят, грамотно и правильно говорят. Рекламисты стараются представить нам просто идеальные семьи. Как правило, состав этой самой семьи примерно одинаков – двое любящих родителей и разнополые дети. Всё чаще и чаще на экране появляются домашние животные, ведь они тоже полноправные члены нашей семьи (да и вообще милая кошечка или собачка лишний раз убедят потенциальных покупателей в том, что продукту можно доверять). К созданию такой «идеальной» семьи обратились в рекламных роликах автомобилей, банков, ипотечного кредитования, детского питания.

Во-вторых, следует отметить, что в некоторых роликах рядом с ребёнком появляется только один родитель. Так, например, «Киндер-сюрприз» рекламирует мама (чаще всего с сыном), а «Фруто-няня» позиционирует, что этот продукт ещё и «помощь папе». И, разумеется, одним из самых показательных стал ролик, рекламирующий колбасу «Папа может!». Огромный бутерброд, любезно приготовленным для дочери отцом, никого не оставит равнодушным.

При желании зритель может отличить рекламу отечественного производства от заграничного телепродукта. Опять же с помощью образа семьи. Ярким примером служит ролик конфет «Мерси». Сюжет его вполне понятен зрителям: родители малыша хотят провести время вместе и оставляют своего сына с бабушкой. Но если быть внимательным, можно увидеть, с каким волнением женщина смотрит на свою мать – а справится ли пожилая женщина с ребёнком? То есть такое пребывание внука с бабушкой случается крайне редко. А наша русская бабушка будет с внуком не только картинки рисовать и сказки ему читать, но и приготовить обед, помоем посуду и уберёт квартиру (даже если её об этом её не просили). Вот только хорошо бы и нашим бабушкам вручать коробку конфет каждый раз, когда они помогают молодой семье.

В противовес этим историям есть и наши, типично русские ситуации, создаваемые в рекламных семьях. Таковыми являются приключения родителей и детей в рекламе «Фастум-геля». Они отправляются в отпуск на поезде, спешат войти в вагон, конечно, с огромным количеством сумок. При этом мама – бодрая, активная женщина, у которой всё с собой, и папа – скромный, практически не заметный на фоне своей жены мужчина.

Отечественные рекламные ролики отличает юмор и самоирония. Вспомним хотя бы сок «Моя семья» – чуть нагловатая девочка, папа, который с ней заодно, и фраза, ставшая крылатой: «А ты налей и отойди». Может, именно поэтому сок «Добрый» пользуется не такой популярностью, ведь там дети слишком хорошие и правильные, совершают «добрые» поступки.

Наряду с этими всем известными рекламными семьями можно вспомнить, пожалуй, самую необычную – семью пингвинов «Киндер пингви». Состав семьи – милые сердцу образы доброго папы, мудрой мамы и двоих озорных детишек, которые всё время придумывают что-нибудь новенькое. Зрители-дети всегда с интересом ожидают, что будет дальше. Морской котик или ... раскрашивание айсберга. Детям-пингвинам всё можно.

Продолжая говорить о юморе в рекламе, хочется сказать о банальной, но в то же время и самой любимой анекдотической ситуации – вечный спор тёщи и зятя, что смотреть – футбол или концерт – и где смотреть – в зале или на кухне, что было отобразено в рекламе «Триколор ТВ».

Отдельно стоит отметить так называемую социальную рекламу. Разумеется, никого не оставила равнодушным история, показанная несколько лет назад. Типичный двор многоквартирного дома, на скамейке две соседки сплетничают о том, что в одной семье усыновили ребёнка, хотя у них есть и родные дети. И вот малыши все вместе выбегают, играют дружно со своей собакой и на вопрос: «А кто же из вас приёмный?» – отвечают, указывая на собаку: «Рекс». И лозунг звучащий коротко и ясно: «Приёмный ребёнок может стать родным!»

Подводя небольшой итог, можно сделать выводы:

- в современной телевизионной рекламе образ семьи используется очень часто – он понятный и легко узнаваемый;

- создатели рекламы представляют зрителю образы идеальных полных семей, членами которых являются родители и дети, иногда – бабушки и дедушки;
- около 50 % от общего числа составляют рекламные ролики, в которых представлены отдельные члены семьи – теща и зять, мать и сын, отец и дочь;
- более 70% рекламных роликов содержат безобидные юмористические сцены взаимоотношений членов семьи;

Надеемся, что дальнейшее исследование поможет нам более детально представить образ семьи в современной рекламе.

К.Гришина,
МБОУ СОШ № 19, Воронеж

Семья в восприятии старшеклассников

Нами была составлена анкета, которая была предложена учащимся 8-9 классов. Приведу перечень вопросов:

1. Доверяешь ли ты родителям свои проблемы?
2. Конфликтуете ли ты с родителями? Как часто?
3. Учитывают ли родители твоё мнение в решении семейных вопросов?
4. Что такое, в твоём понимании, семья? Какой она должна быть? Поясни.
5. Какими, по-твоему, должны быть идеальные отношения с родителями?
6. Считаешь ли ты свою семью дружной, крепкой?
7. Был ли ты свидетелем конфликта между родителями? Как ты на это отреагировал?
8. Каким родителем ты будешь? Нарисуй краткий портрет.
9. (Отвечать не обязательно, но желательно). Какова идеальная семья в твоём представлении? Будет ли семья у тебя?

Из результатов опроса я узнала, что в решении семейных вопросов родители учитывают мнение детей в 45% случаев. Конечно, существуют и такие вопросы, в решении которых дети не могут участвовать, но им хочется чувствовать себя значимыми.

10% опрошенных не хотят строить семью (в отличие от подавляющего большинства, которые уверены, что семья у них будет). На вопрос: «Какой должна быть семья?» 30% ответили, что семья должна быть любящей, 21%, что ей надо быть крепкой и дружной, 20% - что в семье главное поддержка и взаимопонимание, 29% не определились с ответом. На вопрос: «Каким родителем вы станете?» 40% не смогли ответить, 5% считают, что станут плохими родителями, 55% думают, что родители из них выйдут хорошие. Хотелось бы заметить, что эти 55%, считая, что станут хорошими родителями, отрицают возможность совершения ошибки.

У 21% опрошенных конфликты с родителями происходят часто, у 19% - редко, у 60% - время от времени. 15% респондентов считают, что идеальных отношений с родителями не бывает, 55% считают, что главным в отношениях с родителями является взаимопонимание; 30% не смогли сказать, какими должны быть идеальные отношения с родителями. Но ведь родители конфликтуют и между собой. Свидетелями таких конфликтов стали 60% опрошенных, причём

половина из них пыталась уладить этот конфликт, другая же никак на это не реагировала.

На вопрос: «Какой вы видите идеальную семью?» 70% ребят ответили, что видят идеальную семью любящей, дружной, крепкой, а ещё 12% считают, что в такой семье главное – взаимопонимание. 18% не смогли ответить на этот вопрос.

К.Казаковцева,
МБОУ СОШ № 60,
г. Воронеж

Лингвоэкологический взгляд на языковое оформление продукции, предлагаемой российским рынком

В нашей жизни мы каждый день встречаемся с ошибками, которые пестрят в объявлениях, афишах, на этикетках и ярлыках предлагаемой нам продукции.

Проведя опрос среди 10-11 классов нашей школы, я пришла к неутешительному выводу: из 48 старшеклассников 27 учеников ответили, что вне урока вовсе необязательно придерживаться норм русского языка; 15 учеников считают, что русский язык нужен только для того, чтобы сдать ЕГЭ. И только шестеро респондентов поддержало мою мысль о том, что нужно бережно относиться к языку и соблюдать правила орфографии и пунктуации не только на уроках русского языка.

С этими шестью добровольцами мы решили организовать не просто группу любителей русского языка, а группу лингвоэкологов, которые будут выявлять ошибки и бороться с ними, так как язык, как и природа, нуждается в нашем внимании и заботе.

Все найденные ошибки были систематизированы и разделены на 2 группы:

1. «намеренные» ошибки, искажающие слова для рекламных целей, появление необычных слов-ребусов, написание английских слов русскими буквами, замена части букв английскими эквивалентами, комбинаций букв и цифр в словах и др.;

2. ошибки, связанные с незнанием правил и норм русского языка;

Что касается первой группы, то здесь маркетологи идут на разные ухищрения, чтобы привлечь внимание потребителей. И это тема для отдельного исследования.

А вот ошибки из второй группы, связанные с нарушением элементарных норм русского языка, говорят о том, что экология русского языка под угрозой.

Вот только несколько примеров:

- Сметана «По деревенски», написано без дефиса;
- на этикетке колбасы воронежского производителя закралась ошибка в написании предлога: «годен втечение»;
- в рекламе цветочного магазина на Ленинском проспекте написано «иССкусственные цветы»;
- на одном из прилавков рынка на ул. Димитрова было написано: «БелАрусская продукция»;

- на канале ТНТ при рекламе фильма, допустили ошибку: «Ограбление по итальянски» без дефиса.

И таких примеров огромное количество. К сожалению, получается так, что грамотность населения катастрофически падает. Мы не замечаем ошибок и говорим так, как нам хочется. А самое обидное то, что нам все равно. Тем людям, которые составляют объявления, и тем, кто читает их, безразлично то, что происходит с нашим языком.

Наша группа решила не оставаться безучастной к этой проблеме: мы писали производителям продукции, обращались лично в администрацию тех магазинов, где встретили ошибки, с просьбой исправить их. И в некоторых случаях добились положительного результата.

В. Коноплина,
СОШ №71,
г.Воронеж

Сказки и их влияние на формирование личности

В каждой сказке есть определенная мысль, идея, которую очень важно передать ребенку, чтобы помочь ему воспитать в себе те или иные качества и мысли. Каждая услышанная в детстве история что-то изменила в нашем мировосприятии, наложила свой отпечаток на становление личности каждого из нас.

Сказки влияют на формирование характера, на образ мысли, творчество, на восприятие ребенком окружающего мира и самого себя. В последующем все знания, полученные ребенком из сказок, влияют на становление его как личности. Никакой опыт не проходит бесследно, и сказки – не исключение. Всё, что заложено в нас с детства, остается в сознании на всю жизнь.

С другой стороны, сказки в увлекательной форме описывают привычные жизненные ситуации, которые часто происходят с нами. Ведь сказки, особенно народные, содержат в себе накопленный человечеством опыт, они несут в себе мудрость, которую передают своим читателям.

С самого детства сказка учит читателя жизни, но не путем назиданий и нравоучений, а с помощью увлекательного, пронизанного волшебством сюжета. Каждый ребенок неосознанно берет пример с понравившихся персонажей, копирует их поведение в каких-то ситуациях, таким образом, начиная воспитывать в себе качества, которые видит в любимом герое. Сказки показывают ребенку, как важно быть добрым и отзывчивым, помогать окружающим. Яркий пример – всем известная сказка «Царевна-лягушка». Иван Царевич не убил зайца, медведя и щуку, а проявил великодушие, что потом откликнулось, когда ему самому нужна была помощь. Так читатель понимает, что проявлять доброту и помогать другим очень важно, ведь каждому из нас иногда может потребоваться чужая помощь.

Также важной идеей для воспитания личности является одушевление природы в сказках, например яблонька и речка в сказке «Гуси-лебеди». Это показывает что окружающий нас мир – живой, так сказки учат читателя беречь природу и относиться к ней с уважением.

Народные сказки передают читателю накопленный веками опыт народа, авторские же сказки менее прямолинейные, но подкрепляют идеи народных сказок более яркими образами. Бытовые сказки помогают ребенку приобрести умение разрешать конфликты, преодолевать трудности, с которыми предстоит сталкиваться в повседневной жизни. Сказки о природе, о животных воспитывают доброту и бережное отношение к окружающему миру. Волшебные сказки служат помощником в воспитании творческого мышления.

Важным уроком, который несут в себе сказки, является то, что всё хорошее и ценное достигается трудом, через испытания и сложности. Пример – Золушка, которой пришлось очень многое вытерпеть, прежде чем сбылась её мечта

Главной идеей сказок является победа добра в борьбе со злом. Это помогает ребенку стать смелее, увереннее в себе и своих силах. Испытания всегда делают героя сильнее, мудрее, и, в конце концов, добро побеждает. Счастливый конец является очень важной частью сказки, потому что формирует в ребенке понимание, что усилия не бывают напрасными, что они обязательно приведут к победе добра.

Человек и во взрослой жизни возвращается к сюжетам любимых сказок и извлекает из них новые уроки.

П.Моисеев,

Воронежская кадетская школа,

г. Воронеж

Это новое модное слово – «селфи»

Что такое селфи (selfie) и откуда «оно» взялось, наверное, интересовались все активные пользователи интернета и социальных сетей. Мне захотелось самому разобраться в этом свежем неологизме, а также выяснить отношение школьников к новому общественному явлению.

Для достижения цели были поставлены задачи: выяснить значение слова и мнение лингвистов-экспертов и психологов; провести опрос учащихся, проанализировать полученную информацию.

Само слово селфи возникло случайно среди самих пользователей интернета на форуме ABC Online в Австралии, в переводе с английского (Self) означает «сам» или «само». Селфи (от английского selfie или self — сам, себя) называют автопортрет или видеосъемку, сделанную с помощью фотоаппарата или камеры мобильного устройства.

Первое время фотографии, сделанные с помощью зеркала, были не просто не популярны, а считались признаком плохого вкуса. Такие кадры стали чрезвычайно популярны в социальных сетях в последнее время. В ноябре 2013 года "селфи" было объявлено "словом года" создателями Оксфордского словаря.

В русской блогосфере употребляется с 2011 года [Яндекс-Блоги], в прессе — с 2013 года [Яндекс-Новости]. Так незаметно «селфи» из простого фотоувлечения переросло в новое культурное и языковое явление.

Русские лингвисты определяют его как существительное, неодушевленное, среднего рода, с корнем: -селфи-.

В социальных сетях можно встретить одинаковое по смыслу слово, но только уже образованное от русского словосочетания «сфотографировать самого себя – «себяшка», «самики», «самострел».

В России к этому явлению отношение неоднозначное. Те, кто в числе первых увлекся новым веянием, предпочитают называть его исключительно selfie. Тем самым, по их мнению, они подчеркивают свою приверженность ко всему передовому и некоторые из них допускают русскоязычную адаптацию в произношении – «селфы» (во множественном числе).

В слово уже играют: можно услышать слово «шелфи» (shelfie) – гибрид слов «shelf» (полка) и «selfie». Означает «шелфи» фотографию полки с книгами, которые человек читает, или самого себя на фоне своих книжных полок; релфи – это тоже фотографирование себя, но с любимым человеком.

В ходе опроса учащихся выяснилось, что из 60 опрошенных 50% отнесли слово «селфи» к мужскому роду по аналогии с родом слова «автопортрет», понимая значение слова; 30% ответили, что «селфи» среднего рода, ассоциируя его со словом «фото». Затруднились ответить 10%.

На вопрос «Как часто ты делаешь селфи?» ответы были получены следующие: «Никогда» - 15 чел., 1- раз в месяц – 20 чел., 1- раз в неделю - 10 чел., 2-3 раза в день – 10 чел., затруднились ответить - 5 чел.

На вопрос «С какой целью делаешь селфи?» - ответы даны были различные: «это интересный досуг», «чтобы выложить в соцсети и получить лайки»; «для себя на память», «возможность сделать снимок в любой момент: мобильный телефон всегда при себе, и не нужно никого просить о помощи»; «селфи можно сделать быстро, запечатлев интересный момент»; «это модно»; «это новый способ самовыражения».

Однако мнения у ребят в отношении к селфи разделились пополам: 50% считает его бесполезным занятием и 50% выделяют его как интересное безобидное увлечение.

А. Панина,
МБОУ СОШ №36,
г. Воронеж

Особенности перевода некоторых английских пословиц на русский язык

Пословицы и поговорки - древнейшие жанры устного народного творчества. Они известны всем народам мира, даже древнейшим - египтянам, грекам, римлянам. В них отражен опыт народа в различных сферах жизни.

При переводе пословиц и поговорок других народов на русский язык часто встречаются трудности, их смысл нам не всегда может быть понятен, так как пословицы тесно связаны с национальной культурой народа.

Например, пословица «The lights are on but nobody's home» непонятна русскоязычным. Даже когда мы узнаем ее перевод «Свет горит, но дома никого нет», значение и случаи употребления остаются для нас загадкой. А она означает примерно следующее – «кто-то очень глуп».

Мы выяснили, что дословный перевод иногда искажает не только форму, но и смысл сказанного.

В своей работе мы сравнили между собой некоторые русские и английские пословицы и поговорки по их значению, употреблению и лексическому составу и обнаружили, что можно выделить пословицы, которые при точном переводе не теряют своего значения, используются в обоих языках в одном и том же случае:

Two heads are better than one .Одна голова хорошо, а две — лучше.

Better late than never. Лучше поздно, чем никогда.

Анализируя дальше, мы заметили, что большинство английских народных высказываний отличаются от русских по лексическому составу. (при этом теряется образный компонент значения)

A bad beginning makes a bad ending. Что посеешь, то и пожнешь.

(Плохое начало ведёт к плохому концу)

A bird in the hand is worth two in the bush. Лучше синица в руках, чем журавль в небе (Птица в руке стоит двух птиц в кустах)

В результате изучения мы пришли к следующим выводам.

Во-первых, существуют пословицы и поговорки, аналогичные по значению, употреблению и лексическому составу.

The apple never falls far from the tree. – Яблоко от яблони недалеко падает.

An eye for an eye and a tooth for a tooth. – Око за око, зуб за зуб.

Во-вторых, существуют похожие по значению и употреблению, но отличающиеся по лексическому составу.

Too many cooks spoil the broth. - У семи нянек дитя без глазу.

Every dog has its day. - И на твоей улице будет праздник.

В-третьих, есть пословицы и поговорки, которые не имеют аналогов в русском языке.

Why keep a dog and bark yourself? - зачем делать что-то самому, если есть кто-то, кто может это сделать за тебя

A fool and his money are soon parted»— глупый человек тратит деньги бездумно или слишком быстро.

В завершении отметим, что изучение английского фольклора позволяет лучше понять мировоззрение, менталитет английского народа.

В.Попова,

МБОУ гимназия имени И.А. Бунина

Роль терминов в телевизионной рекламе

Просматривая рекламные ролики, мы можем заметить большое количество используемых в них терминов.

Термин (от лат. terminus - предел, граница) - слово или словосочетание, призванное точно обозначить понятие и его соотношение с другими понятиями в пределах специальной сферы. Термин должен быть однозначным, систематичным, стилистически нейтральным (например, «лексема», «косинус», «валентность»). Термины могут существовать лишь в рамках определённой терминологии и не могут зависеть от контекста.

При создании телевизионной рекламы, безусловно, учитывается целый ряд компонентов: визуальный ряд, музыкальное оформление, дизайнерское оформление и т.д. И всё же значительнейшую роль играют те языковые средства, которые используют создатели рекламы для привлечения внимания потребителей к товару.

Несомненно, термины в рекламе используются для того, чтобы создать нужный образ и привлечь внимание человека к данному товару или услуге. Мы зафиксировали более 50 случаев использования того или иного термина в рекламе. Обратимся к анализу лишь некоторых примеров. Наиболее часто

термины используют в рекламе лекарств, медицинских услуг, бытовой химии, косметических средств и молочных продуктов.

Зачастую термин вводят непосредственно в название продукта: «*Шаума. Фитокофеин для тонких волос*», «*Палетт фитолиния*», «*Шампунь «Чистая линия» на фитоотваре*» (фито... - (от греч. *phyton* - растение) – часть сложных слов, указывающая на отношение их к растениям или к науке о растениях (ботанике).

Термин может быть поясняющим компонентом, может входит в состав несогласованного определения: «*Краска «Syoss» с восстанавливающим кератином*», «*Профессиональная краска Syoss с Pro-Cellium кератином*» (согласно «Википедии», кератины - семейство фибриллярных белков, обладающих механической прочностью... В основном из кератинов состоят роговые производные эпидермиса кожи - такие структуры, как волосы, ногти, рога носорогов, перья птиц и др.).

Мы можем отметить и наслоение терминов – использование сразу нескольких слов специальной научной сферы: «Активия с бифидобактериями *Actiregularis*», «Иммуно коктейль - верните лето иммунитету» (продукция «Actimel») (бифидобактерии - (от лат. *bifidus* -разделённый надвое и бактерии) - род грамположительных анаэробных бактерий, представляющих собой слегка изогнутые палочки (длиной 2–5 мкм). Живую культуру бифидобактерий используют для изготовления лекарственных препаратов, используемых для нормализации микрофлоры кишечника и противодиарейной терапии. Иммунитёт (лат. *immunitas* – освобождение, избавление от чего-либо) – невосприимчивость организма к различным инфекционным агентам (вирусам, бактериям, грибкам, простейшим, гельминтам) и продуктам их жизнедеятельности, а также к тканям и веществам (например, ядам растительного и животного происхождения), обладающим чужеродными антигенными свойствами. (Малая медицинская энциклопедия. – М.: Медицинская энциклопедия. 1991–96 гг.).

Рекламный образ – это средство и продукт маркетинговой коммуникации. В этот образ создатели вносят зачастую гиперболизированное представление о качествах товара, которые представлены в конкретных визуальных и вербальных формах. Любой термин, если рассматривать его с точки зрения заложенной в нем информации, является сжатой заменой соответствующего развернутого описания или определения понятия. Следовательно, с помощью терминов можно ярко и ёмко охарактеризовать качества того или иного рекламируемого продукта.

Подводя итог, можно сделать вывод: в современной телевизионной рекламе термины используются очень часто и привлекают внимание потенциального покупателя, могут заставить его поверить в качество данного товара, словесно ёмко и сжато помогают вывести на первый план информацию об основных особенностях предлагаемого товара.

Использование сокращений при общении в социальной сети «В контакте»

«В контакте» (ВК, «ВКонтакте») – это универсальная социальная сеть для общения и поиска друзей, которой ежедневно пользуются десятки миллионов людей. По данным «Википедии», ежедневная аудитория этого сайта составляет 70 миллионов человек. Пользователям доступен целый ряд возможностей: создание профиля с информацией о себе, отслеживание посредством ленты новостей активности друзей и целых групп. Но самой важной является возможность общения с другими пользователями – приватно (на основе личной переписки) или публично (так называемая система встреч, групп, записей на «стене» сообщений).

Письменное взаимодействие «ВКонтакте» предполагает неформальное общение, которое часто влечёт за собой несоблюдение норм правописания и пунктуации, огромное количество грамматических и речевых ошибок. Но особо следует обратить внимание на то, что для экономии языковых усилий пользователи обращаются в своих записях к многочисленным сокращениям.

Мы проанализировали наиболее частотные сокращения слов. Чаще всего сокращают те слова, которыми часто пользуются в общении: *спасибо* – *СПС*, *нормально* – *норм.*, *девочка* – *дев.*, *привет* – *прив.*, *тоже* – *тож.*, *добавь* – *доб.*, *пожалуйста* – *пож.*, *понятно* – *пон.*, *прикольно* – *прик.*, *пока* – *пок.*, *школа* – *шк.*, *магазин* – *магаз.*, *почему* – *поч.*, *бутерброд* – *бутер.*, *ясно* – *ясн.*, *человек* – *чел.*

Сокращению подвергаются и целые фразы: *с днём рождения* – *с др.*; *люблю тебя* – *лю тя*, *типичный подросток* – *т.п.*; *спокойной ночи* – *спок. нок.*; *не за что* – *нез.*

Есть среди сокращений и те, которыми пользуются только жители Воронежа, так как те или иные названия связаны с местными объектами: кинотеатр «*Пролетарий*» – «*Пролётка*», ТРЦ «*Центр Галереи Чижова*» – *ГЧ*, ТРЦ «*Солнечный рай*» – *сарай*, ТРЦ «*Московский проспект*» – *МП*.

Не будем забывать и о том, что само название социальной сети «В контакте» пишется либо с нарушением орфографических норм «*ВКонтакте*», либо *сокращённо* – *ВК*.

Можно сделать выводы: с одной стороны, сокращение слов становится привычной формой; можно говорить о появлении новой разновидности письменного языка. С другой стороны, такие сокращения не могут способствовать дальнейшему развитию языка и влияют на культуру общения в целом.

П.Родивилова,
МБОУ гимназия имени И.А. Бунина,
г.Воронеж

К вопросу о продвижении каннибалических продуктов для детей в современном маркетинге

Предлагаемая работа посвящена изучению и классификации продуктов для детей, имеющих явно выраженную каннибалическую сущность. Речь идёт о так называемых лакомствах, выпускаемых в виде органов человеческого тела.

Обратимся к истории вопроса. Предположительно, каннибализм возник из-за желания человеческих особей уничтожить ближнего врага. Примерами ярости человека служат обряды поедания сердца, легких и прочих частей тела и органов, дабы показать свое превосходство и величие. Относительно появления таких обрядов есть и другая гипотеза: человек поедает сердце другого человека, чтобы забрать его смелость.

В наше время каннибализм практиковался (практикуется) во Внутренней Африке, в Папуа - Новой Гвинее, на некоторых островах Малайского архипелага, во внутренней части Бразилии, Полинезии, Австралии.

Людоедство, наряду с запретом употребления в пищу крови, согласно Библии, является первым пищевым запретом, данным Богом. Однако в нашем современном цивилизованном мире появляются продукты, явно указывающие на их каннибалическую сущность.

Обратимся к анализу продуктов для детей, выпускаемых современными фабриками. Нами было обнаружено и описано более 20 кондитерских изделий, так или иначе соотнесённых с поеданием частей тела человека. Это конфеты с характерными названиями: «Обед людоеда», «Глаз вампира», «Весёлый напугай», «Костяшка», «Мумми гумми», «Мармеладный глаз», «Пятка», «Скелет», «Сладкие скелеты», «Монтер-коллекция. Зубы».

Внутри каждой упаковки находятся либо сахарные кости и человеческие черепа, либо мармеладные глаза, уши, носы, руки и ноги, не вызывающие сомнения в том, что это всё части человеческого тела.

Безусловно, подобные продукты выпускают для извлечения материальной выгоды. Такие сладости пользуются популярностью, на них есть спрос. Возможно, подобные продукты производят ради забавы – можно купить один раз, сфотографироваться, посмеяться и забыть о таких сладостях.

Допустимо ли производить такие продукты?

С одной стороны, такого рода продукты выпускать допустимо, так как настоящего пристрастия к каннибализму они не вызывают, а служат лишь для забавы. Психологи также отмечают, что подобные кондитерские изделия показывают детям, что смерть может быть забавной, ее не стоит бояться.

С другой стороны, налицо антигуманный характер подобных лакомств.

Для современного цивилизованного человека противоестественно поглощать даже искусственные части тела. Дети же с самого раннего возраста соприкасаются с реалиями, которые не способны осознать, и это может пошатнуть их психическое здоровье.

Мы же в данном исследовании можем обратить внимание лишь на языковой материал. Если продукт имеет название «Обед людоеда», то автоматические вызывает целый ряд ассоциаций, связанных всё с тем же каннибализмом. Название «Глаз вампира», «Пятка», «Костяшка» напрямую указывают на то, как именно части тела предлагается употребить в пищу.

Опрос, проводимый среди пятиклассников, показал, что дети воспринимают подобного рода названия как весёлую игру или шутку. Однако на вопрос о том, стоит ли давать такие конфеты маленьким детям, респонденты в 80% случаев дали отрицательный ответ.

В результате исследования мы пришли к выводам о том, что ряд кондитерских изделий для детей имеет явно выраженную каннибалическую направленность и соответствующие названия, подчёркивающие антигуманный характер выпускаемого продукта.

П.Соловова,
МБОУ СОШ №56

Некоторые литературные нормы современного русского языка и литературы XIX века

Наблюдая за речью окружающих людей, я заметила, что чаще всего можно услышать следующее: *грущу по вам (вместо по вас), жалко время-времени (кого-что), отзыв на что?, отзыв о чем ?*, пришел со школы (вместо из школы). Эти явления лексико-грамматического характера претерпевают в настоящее время изменения. «Старые» нормы управления можно встретить в словаре Даля, а так же в произведениях XIX века. Не менее интересно исследование относительно «скучать», «трепетать» и «бегать». Значением этих глаголов претерпело изменения. Так в словаре Даля встречается «бегать» в значении «избегать». Этот глагол прежде употреблялся без предлога.

Так в «Евгении Онегине» А.С. Пушкина мы видим:

*"Господ соседственных селений
Ему не нравились пиры;
Бежал он их беседы шумной"*

Или у А. П. Чехова в «Анне на шее»: *«Деньги брать тайком или просить она не могла, она боялась мужа, трепетала его....»* (сравните с современным «трепетала перед ним»)

У М.Ю. Лермонтова: *«Печорин сказал Грушницкому, что если он промахнется, то не должен надеяться промаха с его стороны»* (сравните с современным «надеяться на промах»).

Но такое изменение мы наблюдаем не у всех глагольно-именных словосочетаний. Интересно, что в XIX веке наряду с предложной конструкцией было и беспредложное управление родительным падежом: касаться кого-чего (стола, тетради, лица). Именно эта форма осталась без изменения и сейчас. Сравните: М. Ю. Лермонтов «Герой нашего времени»: «Только едва он коснулся двери, как она вскочила, зарыдала, бросилась ему на шею».

Известно, что до недавнего времени было в употреблении *на Украину*, в последнее время замечаем: *в Украину*. В современном русском языке есть такие

слова, которые можно употреблять и с тем, и с другим предлогом с винительным или предложным падежом. Это в особенности относится к словам *кухня, двор, огород, поле*. Это можно увидеть как сейчас: на кухне, в кухне, во дворе, на дворе, в огороде, на огороде, в поле, на поле, так и в литературе XIX века у М.Ю. Лермонтова, А.Н. Островского, А.М. Горького и других.

Итак, анализируя наблюдения над изменением литературных норм в синтаксисе, можно с уверенностью сказать, что изменения действительно постоянно происходят.

А. Соловьева,
СОШ №24 имени В.Г. Столля,
г. Воронеж

Значение мемов в интернет-общении

Появление информационных технологий оказывает существенное влияние на культуру общения современного общества. Развитие сети интернет порождает более высокую скорость общения между пользователями. Люди перестают изъясняться подробно, заменяя ранее привычные слова их более короткими формами (например: вместо «спасибо» - «спс»; вместо «спокойной ночи» - «споки ноки»). Однако Интернет-общение этим не ограничивается, у людей возникает стремление к более яркой и выразительной подаче своих мыслей. Именно такое желание – максимально быстро передать не только информационный посыл, но еще и подчеркнуть определенные эмоции и привело, по моему мнению, к широкому распространению такого явления как интернет-мем.

На основе изученного материала можно выстроить следующую классификацию интернет-мемов: это фотомемы и мемы-рисунки.

1. Фотомемы. Фотомемы, в свою очередь, можно подразделить на две большие группы. Можно выделить отдельные кадры из кинофильмов и мемы-фотографии. Героями мемов, как правило, являются люди или животные.

1.1. Мемы из кинофильмов составляют очень большую часть от общего количества распространенных «устойчивых» изображений. Как правило, картинка, вырванная из контекста кинопроизведения, представляет собой яркий жест или эмоцию у персонажа. Приведем некоторые примеры:

а) *«Нельзя просто так взять и...»* Этот мем с американским актером Шоном Бином, берет начало из фильма «Властелины колец». Часто картинка является ответом на фразу «это очень просто, легко» и т.п. и демонстрирует спорное утверждение о так называемой простоте вопроса. Как правило, фраза дополняется неким утверждением, с которым спорит автор. Например: «Нельзя так просто взять и ввести пароль с первого раза», «Нельзя так просто взять и уйти от бабушки не покушав», «Нельзя просто так взять и съесть только один кусочек от плитки шоколада» и т.п. Ходовое начало фразы позволяет придумать сотни возможных концовок и является весомым доводом в споре.

1.2. Мемы-фотографии. Эти «устойчивые изображения» берут за основу особенное харизматичное фото, каким-либо образом оказавшееся в сети интернет. Очень часто героями подобных мемов становятся животные. Часто происхождение этих мемов невозможно отследить.

а) *«Сэр, вы осознаете...»* Фотомем с изображением удивленного кота, позволявший подстраиваться под любую ситуацию, набрал популярность в 2014

году. Изначально представлял собой фразу «Сэр, вы осознаете, что вы кот?». Как правило, изображение отправляют для демонстрации своего удивления и разочарования относительно какого-либо события». Пример: «Сэр, вы осознаете, что завтра Новый год?», «Сэр, вы осознаете, что завтра на учебу?»

б) *Мальчик в тужаке*. Мем пришел в Рунет из заграницы. Выражение лица мальчика, как правило, означает разочарование или скепсис относительно чего-либо. Чаще всего, мем представлен без сопроводительной подписи.

2. Мемы-рисунки. Представляют собой, чаще всего, схематически изображенного человека, проявляющего какую-либо эмоцию. Как и фотомемы служат ярким ответом на различные ситуации. Приведем примеры.

а) *«Ну сколько можно»*. Схематически изображенный человек появляется как протест против какой-то раздражающей ситуации. Негодование выражают поднятие руки, лицо, с которого стекает пот. Пример употребления: «Ну сколько можно работать?!», «Ну сколько можно повторять?», «Ну сколько можно мусорить?!». Изображение может фигурировать и без дополняющих подписей.

На основании проведенной работы можно сделать следующий вывод: мемы уже стали неотъемлемой частью виртуальных дискуссий. Это имеет свои плюсы и минусы. Плюсами можно считать экономию речевых средств, более яркую и выразительную подачу своих мыслей. Однако у таких «устойчивых» высказываний есть и определенные минусы. Прежде всего, исчезает возможность формулировать свои мысли развернуто, пояснять детали согласия или несогласия с доводами собеседника или оппонента. Со временем, такое «скрадывание» слов может привести к своего рода ослаблению мыслительных процессов интернет-пользователей.

И. Старосельцев,
лицей №3, г.Воронеж

Отражение правил дружбы в фольклоре

Дружба ценилась во все времена. И хотя понятие дружбы в последнее время принижается благодаря социальным сетям в Интернете, где друзьями называют всех знакомых, ценность друзей сейчас только возрастает.

На уроках культуры общения в 8-ом классе школьники изучают этикет дружеских отношений. Оказывается, обществом давно сформулированы правила дружбы. Знать их необходимо, потому что именно их нарушение приводит к конфликтам друзей.

Как известно, то, что давно придумано народом, отражается в фольклоре. Я решил это проверить. Цель моей работы - найти отражение правил дружбы в пословицах и поговорках.

Проанализировав пословицы, я пришёл к следующим выводам:

1. О том, что друга нужно выручать, приходит ему на помощь, говорят следующие пословицы:

Больше той любви не бывает, как друг за друга умирает

Друг познается при рати да при нужде

Друг познается в беде.

Дружба заботой да подмогой крепка

Назвался другом - помогай в беде

Не тот друг, кто на пиру гуляет, а тот, кто в беде помогает
 Знал дружка в радости, не оставляй в горести
 Друг за друга держаться — ничего не бояться
 Дружбу водить — так себя не щадить
 Врагу не кланяйся, а для друга — жизни не жалей
 Что есть — вместе, чего нет — пополам

Причём, именно невзгоды, пройденные вместе, являются проверкой дружбы.
 И если человек тебя выручил, остался верен, ценность его как друга возрастает:

Друг в беде - друг вдвойне
 Друг неиспытанный, что орех не расколотый
 Не изведан - друг; а изведан - два
 Друга узнать — вместе пуд (куль) соли съесть
 Без беды друга не узнаешь.
 Верный друг лучше сотни слуг
 Друг верен — во всем измерен
 Надо пуд соли вместе съесть, чтобы друга узнать
 Не узнавай друга в три дня, узнавай в три года
 Лучше друг верный, чем камень драгоценный

2. Видимо, поэтому нужно дорожить старыми друзьями и с опаской подходить к новым:

Старый друг лучше новых двух
 Держись друга старого, а дома нового
 Вешний лед обманчив, а новый друг не надежен
 Одежда хороша новая, а друг - старый

3. Правило о том, что с другом надо делиться лучшим и всячески ему угождать, подкрепляется следующими пословицами и поговорками:

Для милого дружка и сережку из ушка
 Для друга и семь верст не околица
 Для милого друга не искать досуга
 Для дорогого друга - ворота настежь

4. О том, чтобы прощать друга, если тот оказался не прав, говорит пословица
 Дружбу помни, а зло забывай!

5. Правило «Защищай друга, если кто-то о нём несправедливо отзывается», отражается в пословице «На себя не наговаривай, а с друга сговаривай».

6. Насчёт того, говорить ли правду другу, мнения разделились: мной были найдены пословицы, выражающие противоположные мысли:

Не тот друг, кто мёдом мажет, а тот, кто правду в глаза скажет
 Говорить правду — терять дружбу
 Не та дружба рука, что только гладит, а и та, что за вихор таскает
 Правду говорить- друга не нажить
 Дружба крепка не лестью, а правдой и честью
 Ложь дружбу губит, почему дружба её не любит

7. Целая серия пословиц посвящена тому, стоит ли занимать ли у друга деньги и как вести себя, если обстоятельства вынуждают это сделать:

Не давай денег, не теряй дружбы
 В долг давать — дружбу терять
 Дружба дружбой, а в карман не лезь!
 Дружба дружбой, а табачок - врозь

Счет дружбе не помеха

Чаще счет — крепче дружба

Как видите, здесь отражены противоположные мнения: с одной стороны, денежные отношения вредны дружбе, с другой стороны, если честно подходить в вопросе денег, дружба будет только укрепляться.

8. Пословицы призывают нас различать дружеские и приятельские отношения, основанные на совместном времяпрепровождении :

Скатерть со стола — и дружба сплыла

Был Филя в силе - все други к нему валили, а пришла беда - все прочь со двора

Соха не плуг, приятель не друг

Таким образом, большинство правил дружбы отражено в пословицах и поговорках русского народа.

А. Толчеева,
СОШ № 52, г.Воронеж

Отражение правил дружбы в художественных произведениях

Целью моей работы является проследить отражение правил дружбы в художественных произведениях.

Важным правилом дружбы является следующее: «Приходи на помощь другу, выручай его, не дожидаясь, когда он этого попросит». Это правило отражается во многих произведениях. Так, например, стихотворение А. С. Пушкина «Пушину» является своеобразной данью благодарности другу. И. Пущин не побоялся навестить опального поэта, находившегося в ссылке в Михайловском. И данным стихотворением Александр Сергеевич поддержал своего друга-декабриста.

А в «Песне о друге» Владимира Высоцкого есть строки:

Если ж он не скулил, не ныл,

Пусть он хмур был и зол, но - шел,

А когда ты упал со скал,

Он стонал, но - держал,

Если шел за тобой, как в бой,

На вершине стоял хмельной,

Значит, как на себя самого,

Положись на него.

Правило «Делись с другом своими новостями, рассказывай ему о своих делах» соблюдается в повести Аркадия Гайдара «Тимур и его команда». Женя всегда делилась всем новым в первую очередь с Тимуром.

Соблюдение правила «Знай о недостатках друга, но никогда не обсуждай их с другими» мы видим в повести Павла Журбы "Александр Матросов". У главного героя Сашки был друг Тимошка. Они знали недостатки друг друга, но из уважения и сохранения верности дружбе никогда не позволяли себе обсуждать их при других людях.

А вот Ленка, героиня рассказа Розы Госман «Лесть», поступила совсем не по-дружески, высмеивая подругу и её нелепые стихи. Ситуацию усугубляла неприкрытая лесть, с которой Лена шумно восхищалась творчеством Ольги.

Также нужно защищать друга в его отсутствие, если кто-то о нем несправедливо отзывается. Так делал Лёнька, герой повести Валентины Осеевой, если кто-то в отсутствии Динки осуждал её.

А юмористический рассказ современного автора Владимира Жила «Как избавиться от друга» заканчивается фразой: «Помогите, кто может, жертве бескорыстной дружбы». Герой рассказа измучен постоянными телефонными звонками друга, изливающего на него поток своих размышлений о жизни во всех её проявлениях.

Как известно, нельзя распространять секретов, которые друг тебе доверил. Это правило нарушил Аркадий Басов, герой произведения С.Львова «Друг моего детства». Юра поделился сокровенным, рассказал о своей любви к Марине, а Аркадий поведал об этой тайне «дачным», выставив на посмешище мальчика. Естественно, ни о какой дружбе больше не могло быть и речи.

Сразу два правила дружбы реализуются в повести Ю.Нагибина «Мой первый друг, мой друг бесценный»- «Если ты был не прав в ссоре, искренне признай перед другом свою ошибку» и «Если друг допустил ошибку, оказался не прав, не упрекай его». Мы узнаём о предательстве главного героя по отношению к Павлику. Чтобы избежать двойки по немецкому языку, Юра говорит, что это Павлик не сказал ему задание. Учительница ругает невиновного, и дружба прекращается на несколько месяцев. Павлик со своим кодексом чести не терпит предательства. Однако через год герой просит друга встретиться, и тот, понимая, что он внутренне изменился, прощает его, без упрёков и укоров.

Таким образом, многие правила дружбы воплощаются в художественных произведениях.

А.Тянутова,
МБОУ СОШ № 60, г. Воронеж

Роль культурных символов как средства сплочения людей

В нашем цивилизованном мире нет человека, который не сталкивался бы с иноязычными словами вроде «лейбл» и ему подобными и не знал бы, что это. Современные СМИ настолько хорошо выполняют свою работу, что логотипы самых известных компаний мы запоминаем автоматически, не прикладывая усилий, потому что они уже успели «примелькаться». Кто не знает логотип «Adidas» или «Lamborghini»? Много ли найдётся тех, кто не подозревает, какая фирма скрывается за рисунком с надкусанным яблоком? Бренды стали культурным феноменом, импровизированным флагом, под которым объединяются сотни, тысячи, иногда даже миллионы потребителей. Это то, ради чего некоторые готовы выкинуть немалые деньги. Это показатель социального статуса и престижа. Это гонка на опережение между производителями.

Зачастую за известной картинкой скрывается многовековая или, по крайней мере, долгая успешная история. Разумеется, не обходится без культовых личностей: Генри Форд, братья Дасслер, Уолт Дисней, Коко Шанель, Билл Гейтс, Стив Джобс. Именно они стояли у истоков известных в каждом уголке

планеты компаний. Разбираясь в причине популярности брендов, я опросила несколько друзей и составила небольшую статистику. Опрос состоял из четырёх вопросов:

1. Назовите 5 любых самых известных, по вашему мнению, мировых брендов.
2. Вы предпочтёте брендовую вещь обычной при равных характеристиках? Почему?
3. Сколько в среднем вы имеете при себе вещей с мировым именем?
4. Стали ли бренды новой религией?

Всего было опрошено 52 человека. По итогам опроса выяснилось, что самыми популярными стали фирмы Apple, Nike, Chanel, Dolce&Gabbana, Gucci, Adidas и Lacoste. Обычную «неименитую» вещь предпочли лишь 19% опрошенных. Выяснилось, что в среднем респонденты имеют при себе от 5 до 10 предметов популярных брендов. Мне показалось интересным, что 56% считают бренды новой религией.

Действительно, этикеткам уже стали поклоняться. Появляются толпы фанатов, устраивающих мероприятия, встречи для любителей потратить деньги за определенный бренд. В социальных сетях рождаются сообщества о товаре, выкладываются фотографии счастливых покупателей. Совершенно незнакомые люди становятся ближе, только лишь потому, что имеют, скажем, одну марку телефона. Кстати, о телефонах. Немаловажно и то, что люди, почитающие один бренд, часто начинают вести «войну» с остальными, не побоюсь сказать, неверными. Ярким примером в подростковой сфере становится война iOS (операционной системы на устройствах Apple) и Android (операционной системы от Google).

М. Ульянова
МБОУ СОШ №19, г. Воронеж

Изобразительно-выразительные средства и их роль в цикле «Дозоры...» С.В.Лукьяненко

В нашей работе речь пойдет о знаменитом цикле писателя-фантаста С.В.Лукьяненко «Дозоры...». Произведения созданы в последние полтора десятка лет. В основу сюжета шести книг заложена история жизни Светлого мага Высшего уровня Антона Городецкого, Иного (Иные – волшебники, бессмертные).

«Дозоры...» Сергея Васильевича наполнены и юмором, и житейской мудростью. Увлекает не только захватывающий фантастический сюжет, но и вполне доступный и оригинальный язык произведения. Я решила понаблюдать за изобразительно-выразительными средствами языка и постараться определить их роль в тексте. Но перед этим необходимо было выяснить, знакомы ли мои ровесники с творчеством Сергея Лукьяненко.

Мы провели анкетирование учащихся 9-11 классов нашей школы. Оказалось, что преимущественно 11 классы (15%) знакомы с творчеством писателя. Их детство приходилось на выход в прокат фильмов «Ночной Дозор» и «Дневной Дозор» (2004 - 2005 г). Фантастические герои, нереальные способности Иных,

трогательные истории любви пробудили живой интерес ребят. В 9-10 классах оказалось меньшее количество осведомлённых Сумеречной жизнью «Дозоров...». Лишь 5% слышали о книге. Фильм смотрела треть анкетированных.

С.В.Лукияненко использует выразительные средства для усиления впечатлений от текста, воздействует на чувства читателя, его воображение. Постараемся рассмотреть, какие тропы наиболее часто использует автор в цикле «Дозоры», насчитывающем, как известно, 6 книг: «Ночной Дозор», «Дневной Дозор», «Новый дозор», «Последний Дозор», «Сумеречный Дозор», «Дозоры. Школьный надзор», «Шестой Дозор».

Значимую роль играют метафоры. Их использование помогает нам более тонко понять душевное состояние героев: «Аура напоминала торговую точку. Всё бегало и мерцало», - говорил про себя Антон Городецкий («Сумеречный Дозор»).

Тёмный маг Завулон, рассказывая Светлому Гесеру о глобальности конца света, изрек: «Нельзя быть немножко беременной. Это происшествие на девять месяцев...».

Порою своеобразные метафоры придают необычность даже фантастическому произведению: «Солнце светит и на розы, и на помойку, и от этого ни хуже, ни лучше». Такая неоднозначность использования метафор диктуется жанром произведения.

Нельзя не подметить и оригинальные авторские эпитеты, которые вносят остроту в повествование. Непривычные для слуха фразы детально подмечают существенные признаки объекта, более ясно рисуют картину мира: «щепетильная Москва», «непривычно серый мир», «вампирский сок». Авторские эпитеты создают живое, конкретное и неповторимое представление о предмете или явлении.

Острое и ироничное перо Лукьяненко не обошло стороной и такой вид словесной изобразительности, как сравнение. По эмоциональной окраске сравнения очень разнообразны. Например, в заключительной книге о Светлом маге Антоне Городецком («Шестой дозор») Гесер сравнивает скорость Вампириши в атакующей фазе со «счетом взмахов крылышек у колибри, зависшего над цветочным бутонem»; Городецкий очень внимателен к деталям (Высший Маг!): «Я проткнул котлету вилкой. Она была унылой. Словно Мавроди. Без денег, но с пирамидой» («Дневной Дозор»); Конклав Ведьм, который посетили Городецкий с дочерью Надеждой, «походил на стайку маленьких пушистых зверьков с розовой шерсткой, сосредоточенно жующих и умильно виляющих хвостиком» («Шестой дозор»). Поражает неожиданное сопоставление, на первый взгляд, совершенно несовместимых вещей: «Поцелуй был сладкий. Как знаменитая конфета «Ромашка». Оба выражения направлены на знание сравниваемых реалий, что создаёт близость персонажа к читателю.

Часто в произведениях встречается оксюморон, служащий для подчёркивания родства противоположностей: «математический филолог», «полная пустота», «общество Мёртвых Поэтов» («Школьный надзор»). Оксюморон создает особое эмоциональное впечатление.

Ещё одним приёмом художественной выразительности является олицетворение (вид метафоры). В руках главного героя все неодушевлённые предметы наполнялись мыслями и чувствами: «Зазвенел телефон. Он знал, когда нужно звонить. Чувствовал, что именно в эту секунду я хочу поговорить. Люблю

его». Автор вдохнул жизнь в окружающие нас предметы для более ясного отражения нелегкой, но привлекательной для простых людей повседневной жизни Иных.

В любом произведении писатель использует изобразительно-выразительные средства, призванные воздействовать на читателей. Таковы законы любого жанра. Отметим «любовь» Лукьяненко к эпитетам, метафорам, олицетворениям, сравнениям. Лукьяненко ироничен, в меру остроумен, лаконичен. Заметно, что автор любит и, что самое примечательное, – хорошо знает «великий и могучий» русский язык.

Мастер слова, Сергей Лукьяненко умело сочетает использование тропов с развитием непредсказуемого сюжета своих книг, особенностями нелегкого жанра фантастики, который неизменно пользуется популярностью среди людей всех возрастов – от подростков до взрослых, молодых душой.

Н.Федосеев,

*Воронежская кадетская школа,
г.Воронеж*

Пословицы в речи современных школьников

Пользуются ли мои сверстники пословицами в повседневной жизни, как пополняют ими свой лексикон и какие из них самые популярные – вот цель моего исследования.

На основе сопоставления данных, полученных в ходе опроса учащихся 8-х и 11-х классов (всего 60 чел.) на вопросы «Нужно ли современному человеку в своей речи употреблять пословицы?» и «Зачем люди употребляют пословицы?» были получены ответы: «для разнообразия речи», «они украшают речь», «помогают точно высказать свое отношение к определенной ситуации и убедить слушателей и собеседников в своей правоте», «показывают культурный уровень говорящего». Всего 2 человека из опрошенных не знают, для чего нужны пословицы.

Из ответов на вопрос: «Как часто ты в своей речи используешь пословицы?», стало ясно, что ребята пословицы обычно не используют или делают это редко. И все же 70% опрошенных иногда прибегают к помощи народной мудрости в зависимости от жизненной ситуации. 1 чел. заявил, что «знать пословицы надо, но употреблять в речи не обязательно».

Узнают пословицы благодаря учителям (60%) и родителям (30%), книгам (10%), в том числе был назван «Большой иллюстрированный словарь пословиц и поговорок» (1 человек).

Выяснилось, что у восьмиклассников в активном лексиконе больше таких пословиц, содержание которых направлено на воспитание, указывающих на необходимость учения и говорящих о пользе труда. Вот самые популярные ответы: «Терпение и труд все перетрут», «Без труда не выловишь и рыбку из пруда», «Сделал дело – гуляй смело», «Поспешись – людей насмешись», «Делу время – потехе час», «Семь раз отмерь – один раз отрежь», «Слово делом крепи». Видимо, часто приходится ребятам слышать от взрослых именно такие пословицы. В этом известном каждому с детства перечне неожиданными показались «Бог шельму метит» и выражение «И на солнце есть пятна», отнесенное к пословицам. Вместо пословиц вспомнили лишь слоганы из

интернета (3 человека). «Нет любимых народных изречений и современному человеку их знать необязательно - это удел пожилых людей» - считают 5 человек из опрошенных.

Ребята из 11-х классов, наряду с уже названными, также вспомнили пословицы о дружбе: «Не имей сто рублей, а имей сто друзей», «Сам погибай, а товарища выручай»; о бережливости «Копейка рубль бережет, а рубль голову стережет»; пословицы философского звучания «Время не догонишь, а от завтра не уйдешь», «Лучше синица в руке, чем журавль в небе»; ироничные об учебе и труде: «Много знать – мало спать», «Меньше знаешь – крепче спишь», «Работа не волк – в лес не убежит» и актуальные на сегодняшний день о подготовке к ЕГЭ «Тяжело в ученье – легко в бою» и о событиях на Украине «Паны дерутся, а у холопов чубы трещат».

Таким образом, приходим к выводу, что старшеклассники больше знают пословиц, имеющих яркую практическую значимость, вызывающих какую-то реакцию на происходящее в данный момент или описываемое событие.

Е. Шацкова,
МБОУ СОШ №21, г.Воронеж

Диалектизмы Воронежской области

Диалектизмы являются частью нашей лингвистической истории.

Ученикам школы (114 человек) был предложен текст, где выделенные слова являются диалектизмами села Ростоши Хохольского района. Воронежской области. Участники опроса должны были дать толкование выделенным словам.

«Бабушка спустилась на *погребницу* и достала *корчажку* простокваши, замесила *проховое* тесто. Тем временем внучка *Апросья* побежала на *выгон* за *косиньком*, который, наевшись *муроху*, *сигал* по кругу, распугивая *чилят* и *рыжего кочета*. Девочка *уморилась*, а ещё идти в лес за *кленками*, убирать *хату* к празднику Троицы».

Слова: *погребница* (по звуковой ассоциации с погребом) и *хата* (достаточно часто встречается в произведениях художественной литературы) в основном правильно были определены, хотя у одного ученика 2-го класса *хата* оказалась едой, а *погребец* в 6 классе у одного человека стал порогом.

Немного хуже было с *корчажкой*, *проховым* тестом, именем *Апросья*, *выгонком*.

Корчажкой оказались: кочерыжка, кружка, картинка, ведро, кочерга, кастрюля, ложка, миска, сковорода.

В толковом словаре **КОРЧАГА**, -и; ж. Большой глиняный горшок для разных хозяйственных надобностей. < Корчажка, -и; ж. Уменьш. Корчажный, -ая, -ое. К. промысел.-и, ж. В старом деревенском быту: большой глиняный сосуд, || уменьш. корчажка, -и, ж. || прил. корчажный, -ая, -ое.

Проховое тесто стало: чёрным, густым, толстым, солёным, сухим, один раз **жидким**, каким в действительности и является, горячим и даже просто крупой.

Девочка **Апросья**, Фросья, Ефросинья – спрося, попросила, Маруся, Аня

Выгонок – место, куда выгоняют, выводят домашних животных. Объяснение этого слова в толковых словарях я не нашла. Видимо, образовано от глагола «выгонять»

У многих учеников это слово связано с сараем, водой, огородом, загоном, рынком, кладовкой, уборкой, скотным двором, балконом, улицей, встречей, горкой

Не смогли объяснить слова: *косинёк, муροх, чилята* и как ни странно – *кочет*.

Муροх - Горец птичий, гусятник, топтун-трава, муροх или спорыш, наверное, самое популярное лекарственное растение, которое можно встретить на тропинках, около дорог, на выгонах, на деревенских улицах и в городских парках. Ходят по ней люди, топчут домашние животные, а она растёт себе, покрывая землю изумрудным плотным ковром.

Кто-то из учащихся увидел в этом слове: мухомор, суп, солёное тесто, сено, мясо, ягоду, еду, кашу, мусор, мороку.

Кочет - то же, что петух .

Учащиеся давали толкование, кроме «петух»: кот, телёнок, конь, дядя, лиса

Словам **косинёк** – жеребёнок и **чилята**– птенцы воробьёв словари не дают объяснения. Но анкетированные смогли предположить, что:

Косинёк – это сено, косичка, маленькая корзинка, корова, косынка, барашек, козлёнок, коса, друг, внук, собака, кот, заяц, козёл.

Чилята – это пчёлы, цыплята, пчелята, птицы, телята, ребята, животные, щенки, курица, дети

Непонятных для нас слов Воронежская область хранит ещё великое множество.

Содержание

Русский язык сегодня	
Лапыгина М.В. Лексика, номинирующая психические и биологические свойства политика в современных печатных СМИ	3
Козельская Н.А., Саломатина М.С., Стернин И.А. Обучение культуре речи и классификация ошибок	5
Маклакова Е. А., Кулакова Д. Образная специфика значения слова в межкультурном общении	9
Селезнева Г.Я. Фразеологические единицы с антропонимами в языковом сознании современной молодежи	11
Тавдигидзе Л.А. О речевом портрете студентов техникума	13
Коммуникативное поведение	
Колосова Л.А. Наблюдения над жестами египтян	17
СМИ и реклама	
Жданова А.Ю. Соотношение коммуникативной и коммерческой эффективности текста рекламного объявления	19
Новичихина М.Е., Самойленко Н.С. О некоторых факторах, детерминирующих вариант номинации в СМИ	23
Погорелова Е.В. Эффективность рекламного слогана	25
Художественный текст	
Жаркова Е. П. Общение в антиутопическом пространстве романа М. Этвуд «Рассказ Служанки»	29
Илунина А.А. Категории интертекстуальности и интересубъективности	34
Коновалова Ю.И. Представители Лондонского «Общества» в их внутренних и внешних контактах	35
Перелыгина Ю.В. Слово и молчание в рассказе «Женщина с острова Бали» Ю. Херманн	38

Языковое сознание	
Виноградова О. Е. Сопоставление результатов описания значения слова разными методами	40
Довженко А.С., Колтакова С.В., Терпугов А.А. Национальная специфика семантики тематической группы «Оружие» в русском и английском языках	46
Домбровская А., Рудакова А.В. Психолингвистическое значение слова «гнилой» в русском языке	51
Зольникова Ю.О. Национальные особенности сетевой литературы (на материале русских и немецких интернет-ресурсов)	59
Иванов К.В., Колтакова С.В., Ничуговский В.В. Национальная специфика семантики тематической группы «Вертолет» в русском и английском языках	63
Ипполитов О.О. Когнитивная категория «Этапность жизненного пути-дороги» в концептосфере иностранных студентов	67
Исакова Е.С. Гендерные особенности семантики слова <i>уют</i>	69
Колесникова Е. И. Опыт исследования и сопоставления гендерных особенностей семантики слова	73
Конопелько И.П. Концепт « <i>femme</i> » во французской паремиологии	78
Кривенко Л.А. Особенности семантем сопоставимых лексем «время» и «time»	81
Литвинова Ю.А. Слово “city” в американском художественном тексте	85
Мудрова Л.Д. Бынкина А. Неретина Д. Ассоциативная структура тематической группы «Школа»	91
Мэй Цзылинь Лексика перцептивного модуса «осознание» в рекламе тексте	94
Панкратова М.Е. Сопоставительно-параметрический анализ семантемы наречия <i>above</i>	97
Пономарева Е.В., Рудакова А.В. Психолингвистическое и лексикографическое значение слова «грымза»	100
Растегаева Т.В. Опыт экспериментального выявления возрастной маркированности семантики слова	104
Рудакова А.В. О понятии интегрированного лексикографического значения слова и методике его описания	107
Тимошина Т.В. Индивидуальные значения в языке писателей	113
Титова Л.Н. Специфика формирования русско-английского билингвизма в смешанной семье	116

Чаплин Е.В. Общественно-политическая лексика в обыденном языковом сознании	120
Сун Чуньчунь. Структурные типы колоративов в рекламном тексте	123
Мастерская педагога	
Алёхина Е.А. Люди существуют друг для друга (учимся общению)	124
Белова М.Е. Отражение в английских пословицах национальных особенностей общения в семье	126
Колосова Л.А. Активизация речемыслительной деятельности первоклассников	127
Мануковская Т. А. Художественный текст как средство обучения этикету семейного общения (на примере рассказа А. Куприна «Куст сирени»)	129
Новикова Л.Е. Некоторые приемы обучения учащихся аргументации в сочинении-рассуждении (ЕГЭ)	131
Петухова Е.А. Воспитание толерантности при изучении рассказа Л.Н.Толстого « Кавказский пленник»	133
Седова О.А. Речевое и интеллектуальное развитие учащихся на уроках русского языка с помощью пословиц	135
Старосельцева О.А. Упражнения, развивающие творческие способности учащихся (из опыта преподавания культуры общения в 9-ом классе)	137
Старцева Е.В. Формирование языковой межкультурной компетенции посредством иностранного языка	139
Струкова Н.И. Сколько слов в день человеку нужно? (к проблеме активного словарного запаса подростков)	140
Русский язык глазами школьников	
Вовчаренко П. Образ семьи в рекламе	143
Гришина К. Семья в восприятии старшеклассников	145
Казаковцева К. Лингвоэкологический взгляд на языковое оформление продукции, предлагаемой российским рынком	146
Коноплина В. Сказки и их влияние на формирование личности	147
Моисеев П. Это новое модное слово – «селфи»	148
Панина А. Особенности перевода некоторых английских пословиц на русский язык	149
Попова В. Роль терминов в телевизионной рекламе	150

Приймак Д. Использование сокращений при общении в социальной сети «В контакте»	152
Родивилова П. К вопросу о продвижении каннибалических продуктов для детей в современном маркетинге	153
Соловова П. Некоторые литературные нормы современного русского языка и литературы XIX века	154
Соловьева А. Значение мемов в интернет-общении	155
Старосельцев И. Отражение правил дружбы в фольклоре	156
Толчеева А. Отражение правил дружбы в художественных произведениях	158
Тянутова А. Роль культурных символов как средства сплочения людей	159
Ульянова М. Изобразительно-выразительные средства и их роль в цикле «Дозоры...» С.В.Лукьяненко	160
Федосеев Н. Пословицы в речи современных школьников	162
Шацкова Е. Диалектизмы Воронежской области	163
Содержание	165