

научный журнал

ISSN 2412-4028

ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

Научный журнал

№ 2 (02) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, *кандидат технических наук*

Члены редакционной коллегии:

Айрян Заруи Геворковна, *кандидат филологических наук*

Ахметова Мария Николаевна, *доктор педагогических наук*

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, *доктор философии (PhD) по филологическим наукам*

Иванова Юлия Валентиновна, *доктор философских наук*

Игнатова Мария Александровна, *кандидат искусствоведения*

Ткаченко Ирина Георгиевна, *кандидат филологических наук*

Ответственные редакторы:

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна. Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231. E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Арбузова, д. 4

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.
Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, *кандидат филологических наук, доцент (Армения)*
Арошидзе Паата Леонидович, *доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)*
Атаев Загир Вагитович, *кандидат географических наук, профессор (Россия)*
Бидова Бэла Бертовна, *доктор юридических наук, доцент (Россия)*
Борисов Вячеслав Викторович, *доктор педагогических наук, профессор (Украина)*
Велковска Гена Цветкова, *доктор экономических наук, доцент (Болгария)*
Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*
Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*
Данилов Александр Максимович, *доктор технических наук, профессор (Россия)*
Демидов Алексей Александрович, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, *доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)*
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, *доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)*
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, *доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)*
Игисинов Нурбек Сагинбекович, *доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)*
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*
Кайгородов Иван Борисович, *кандидат физико-математических наук (Бразилия)*
Каленский Александр Васильевич, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*
Козырева Ольга Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Россия)*
Колпак Евгений Петрович, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*
Куташов Вячеслав Анатольевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*
Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*
Малес Людмила Владимировна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*
Нагервадзе Марина Алиевна, *доктор биологических наук, профессор (Грузия)*
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, *кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)*
Прокопьев Николай Яковлевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*
Прокофьева Марина Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)*
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, *доктор философских наук, профессор (Россия)*
Ребезов Максим Борисович, *доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)*
Сорока Юлия Георгиевна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*
Узаков Гулом Норбоевич, *кандидат технических наук, доцент (Узбекистан)*
Хоналиев Назарали Хоналиевич, *доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)*
Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*
Шарипов Аскар Калиевич, *доктор экономических наук, доцент (Казахстан)*

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩЕЕ И ПРИКЛАДНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Гаврилова Е.Г.

Отражение особенностей национальной культуры и числовой символики в русских пословицах и поговорках с компонентом «сто» 1

Liu Xiaozheng, Tian Fengjuan

The Application and Research of Memes Theory in English Writing Teaching 2

Степанова Д.А.

Национальная специфика объективации когнитивных смыслов лексико-фразеологического макрополя наименований положительных чувств и эмоций в русском и английском языках 5

Терешёнок Е.В.

Образ природы в произведениях Уве Тимма 8

Тибинько Н.Д.

Содержание и границы понятий «текст» и «дискурс» 12

Tian Fengjuan, Liu Xiaozheng

The Dynamic Evaluation Research on College English Writing Teaching 14

МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЖУРНАЛИСТИКА, СМИ

Захарова М.В.

Роль медиакритики в формировании экологии современного информационного пространства 17

Крат В.А.

Влияние анимационных фильмов на детскую аудиторию (нравственный аспект) 19

ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ

Padalka R.N., Ratuschna O.I.

Die Phraseologismen als der Bestandteil der Werbeslogans (auf dem material der deutschen Werbezeitschriften) 25

Пархомик В.В.

Генерализация как способ перевода контекстов с ФЕ невербального поведения человека из сказок братьев Гримм с немецкого языка на русский и белорусский языки 28

Федорова Н.В.

К вопросу о языковых механизмах формирования оценки в русскоязычных и англоязычных средствах массовой информации: имплицитная оценка 30

Ханджани Л.

Перевод Корана на русский язык: история, современное состояние, перспективы развития 36

ОБЩЕЕ И ПРИКЛАДНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Отражение особенностей национальной культуры и числовой символики в русских пословицах и поговорках с компонентом «сто»

Гаврилова Елизавета Геннадьевна, студент

Тюменский государственный университет, Тобольский педагогический институт имени Д.И. Менделеева (филиал)

В статье рассматриваются особенности паремий с компонентом-числительным сто с точки зрения лингвокультурологического подхода. Исследуется культурная, национально значимая, информация, заложенная в семантике и структуре исследуемых единиц.

Ключевые слова: паремии, компонент-числительное, семантика, лингвокультурологический подход.

Группа паремий с компонентом-числительным *сто* по количественному объему немногочисленна, но входящие в данную группу пословицы и поговорки транслируют от поколения к поколению особенности русской культуры и языковой картины мира.

Сто — это число, символизирующее завершенность, как, например, сто процентов. Это важная единица измерения времени — новое столетие отмечает начало новой эры, а поворотный момент часто связан с культурными переменами [1, с. 161].

Лингвокультурное наполнение самой большой семантической группы среди исследуемых паремий с компонентом *сто* отражает взгляды русского человека на жизнь. Так, лучшая, счастливая жизнь представлялась как достижение душевной и духовной простоты: *где просто, там ангелов со сто, а где мудрено, там нет ни одного; живучи просто, доживешь лет до ста, а кто лукавит, того черт задавит; просто живут лет до ста, а хитрецы — лет до тридцати*. Недаром «потеря простоты» является одним из грехов в православии. Простота человеческой души — это ее естественное состояние, отсутствие тщеславия, зависти, заносчивости, всякого рода излишеств: *прадеды ели просто, да жили лет по сту; деды наши жили просто, да лет со сто, а мы пятьдесят, да и то на собачью стать*. Человек смотрит на себя критически и полагает, что предки жили более праведно, чем их потомки. В этой мысли можно увидеть отражение библейской легенды о том, что первые люди жили очень долго (например, Адам умер на 930-м году жизни, Ной — в 950 лет), потому что были праведны, а чем дальше человечество утопало в пороках, тем меньше становилась продолжительность жизни. В данных единицах компонент *сто* неразрывен с компонентом *лет*, где их сочетание *сто лет* создает символ временного предела счастливого бытия.

Семантическое поле ум/глупость также находит выражение в паремиологических единицах с компонентом-числительным *сто*: *умная голова сто голов кормит, а безумная и своей не прокормит; умная голова сто голов спасает, а худая и себя не спасет*. Здесь единицы строятся на противопоставлении, в основе которого лежит количественное сопоставление компонентов *один* — *сто*, в то же время *сто голов* понимается как неопределенно большое количество людей (*молод был, сто голов кормил, стар стал, пеленаться стал*). Это говорит о том, что компонент-числительное сохраняет свое количественное значение, наряду с символическим.

В ходе исследования были выявлены единицы, построенные по одной логико-синтаксической модели: *лучше один раз откусить, чем сто раз понюхать; лучше один раз своими глазами увидеть, чем сто раз услышать*. В структуре этих паремиологических единиц компонент-союз *чем* присоединяет член предложения со значением меньшей предпочтительности чего-либо тому, о чем говорится в главном предложении. Все они называют одно и то же типовое суждение, суть которого заложена в самой модели паремий.

Обратимся к самой, на наш взгляд, популярной пословице *лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать*. Примечательным является тот факт, что народная мудрость выделяет особую роль визуальной информации в познании человеком окружающего мира еще задолго до развития психофизиологии. В наше время уже доказано, что с помощью глаз воспринимается 90% информации, поступающей в мозг. Так, визуально воспринимаемые объекты реже вызывают неприязнь и быстрее формируют ассоциации, что приводит к лучшему усвоению информации и запоминанию [5, с. 23]. В приведенных выше паремиях *сто* в сочетании с компонентом

раз образуют образ большого количества малоэффективных повторяющихся действий.

Другой общеизвестной пословицей является *не имей сто рублей, а имей сто друзей* и ее вариант *не держи сто рублей, держи сто друзей*. Смысл этой пословицы хорошо раскрывается в поэме Н.В. Гоголя «Мертвые души» при разговоре Чичикова с Маниловым: ««Не имей денег, имей хороших людей для обращения», сказал один мудрец» [2, с. 30]. Понимание важности дружбы в настоящее время переосмысливается. В современном обществе потребления денежные средства приобретают колоссальное значение, нередко наличие денег ценится выше, чем дружба и любовь. Язык очень чувствителен к изменениям общественного настроения и состояния человеческой души, поэтому приведенные выше пословицы приобретают новые формы и совершенно иные смыслы. Так, например, в «Словаре народной фразеологии» В. Кузмича (2000) находим *не имей сто рублей, а имей сто друзей: всегда по рублю скинут*. Автор словаря отмечает о смещении акцентов с понятия дружбы и моральной поддержки на материальную выгоду [3, с. 311]. Составители «Словаря разговорных выражений» В.П. Белянин и И.А. Бутенко (1994) вносят

в перечень разговорных выражений единицу *не имей сто рублей, а имей тысячу* — «о необходимости иметь больше денег» [4, с. 105].

Значимым с точки зрения лингвокультурологического подхода является употребление в исследуемых единицах бывших лексем называющих российские денежные единицы. К ним относятся устаревшие наименования денег, уже ушедших из современной реальности: полушка, деньга и до сих пор существующая денежная единица: рубль. В нашем материале исследования находим: *пир на деньгу, а славы на сто рублей; чванства на сто рублей, а животов на три полушки*. В данных паремиях порицается кичливость и высокомерное тщеславие; примечательно, что обе они построены по одной логико-синтаксической модели. Отметим также, что образность паремий строится на том, что реально-количественное значение денежных единиц переосмысливается и становится измерителем человеческого тщеславия.

Таким образом, компонент-числительное в структуре паремий несет символический смысл и влияет на семантику всей единицы в целом, что делает пословицы и поговорки хранителями уникальной информации о национальной числовой модели мира.

Литература:

1. Глинн-Джонс, Т. Странности цифр и чисел. Занимательная информация/Т. Глинн-Джонс; пер. с англ. О.Л. Табуновой. — М.: РИПОЛ, 2009. — 208 с.
2. Гоголь, Н.В. Мертвые души. Том первый // Гоголь Н.В. Полное собрание сочинений: [В 14 т.]/АН СССР; Ин-т рус. лит. (Пушкин. Дом). — М.: Изд-во АН СССР, 1978. — Т. 1. — 247 с.
3. Жгучий глагол. Словарь народной фразеологии/В. Кузмич. — Зеленый век, 2000. — 593 с.
4. Живая речь. Словарь разговорных выражений/В.П. Белянин, И.А. Бутенко. — М.: ПАИМС, 1994. — 192 с.
5. Линдгрэн, Н. Органы чувств животных и их электронные аналоги/Н. Линдгрэн. — Электроника, 1962. — № 7. — с. 22–27.

The Application and Research of Memes Theory in English Writing Teaching

Liu Xiaozheng, master, lecturer

Foreign Language School of Changchun University (China)

Tian Fengjuan, associate professor, Public Foreign Language Teaching and Research Department of Changchun University (China)

Лю Сяочжэн, магистр, старший преподаватель;

Тянь Фэнцзюань, магистр, доцент

Чанчуньский университет (Китай)

By introducing Memetics, this article points out that Memetics plays a great role in college English writing teaching. Then it analyzes how to apply Memetics to college English writing teaching and puts forward what both teachers and students should pay attention to in the English writing.

Key words: Meme, college English, writing teaching.

At present, a lot of English learners' language understanding ability is far greater than his language output ability. That is to say, a lot of English learners can understand the difficult English articles, but they are very limited

in the spoken language and writing vocabulary, and the expression of a large number of mother tongue being used is general. In order to solve this problem, scholars have been studying the application of the memetics in College En-

glish Writing Teaching in recent years. As a new theory, the theory of model is a new way of thinking for many scholars.

Overview of Meme theory

Gene, the origin of the meme, from which people can associate with that the meme is a phenomenon similar to the gene. Gene is a kind of biological delivery unit, which is known as the cultural transmission unit. The word «meme» derives from the Greek word «mimeme», which means «the thing that is imitated», whose core is imitation. In particular, it can be a melody, ideas, fashion apparel, building housing, modern language, apparatus manufacturing, etc.. Any ideas, statements and practices, which, as long as people can mention or do, and then some other people say or do again, this argument or practice can be copied and spread, making it possible to become a meme. The phenomenon of meme can be seen everywhere, and when some phenomena appear and spread, it is the result of the meme. For example, the invention of the «plane» is the result of meme function of «bird flying». «PK» and «high iron» are also the result of the function of that.

Related Theory of Memetics

Life Cycle of Memetics

The main mode of transmission of the memetics is to simulation and copy. Heylighten (1998) believes that the process of copying memetics will go through four stages. The first is the assimilation. The successful model will infect a new individual at first, thus this individual becomes the host of memetics. Second, retention. The memetics copied will enter the memory of the individual. Third, expression. The individual will express the content in their memory by means of language, action, or other forms, and can make other individuals perceive it. Fourth, transmission. In this process, the successful memetics refers to the whole process of copying, namely, the content information or carrier expressed by the individual transmit from one host to another one or more potential hosts. Each stage has election to choose, that is to say, there will be some memes to be eliminated in the selection process.

Selection Conditions for Memetics Replication

Heylighten proposes the select condition of the proposed choice of the model in his paper «How to make meme successful» which aimed at the four stages of the process of the meme transmission. First of all, there are three conditions must be satisfied in order to be assimilated, that is, being paid attention, understood and accepted by the new host. Note that the author refers to the meme carrier can fully be paid attention to. The meaning of understanding refers to that the host has realized that the meme to be replicated is in its cognitive range, and in which it has a new idea of the cognitive structure. In addition, the new ideas should not only be understood, but also be believed and accepted. Second, memory refers to the memory that stays in the process of copying. The meme must be in memory for a period of time, otherwise it can not be called as a meme. The longer the meme stays, the more chances of infection to other hosts.

Meme replication has the feature of longevity. Memory depends on the point of view and the frequency of repetition, whether it is a repeat phenomenon or the continuous rehearsal. Once again, the expression is required to communicate with other individuals. That is to say, it is necessary for meme to produce from the memory in the form of memory structure, and become the material form other people can perceive. The most common forms of expression include language, words, pictures and behaviors. Finally, at the last stage of transmission, it is required that the material form of expression, namely the meme carrier, should have the feature of fidelity. For example, the meme carrier may be books, photos, products or CD-ROMs, etc.. The correct judgment and choice of the meme with strong survival ability will be beneficial to the improvement of English writing teaching.

Implementation Steps of the Meme Theory in the Teaching of College English Writing

Preparation Stage before Writing

English writing is a whole process from the input of information to the output of that. Preparation stage before writing should be put in enough information. English writing can not be separated from the input of information, only enough information input, will there be output. There are two kinds of information input methods in the English writing classroom. First, the information input in the classroom is realized by the teachers in the writing teaching, which belongs to the spread directly of language memes. Second, the input of the information is realized by the students' reading and writing materials, which refers to the indirect transmission of language memes. In the classroom, teachers guide students to understand and grasp the standardization of language and the layout structure through personal essay content teaching, so as to enable students to become the new hosts of these potential language memes. Outside the classroom, teachers assign extra-curricular tasks, and make students consume more writing materials through the arrangement of reading materials, etc., thus reserve more potential language.

Writing Stage

A good English composition cannot be separated from the standardization of the language and the writing paradigm. Students should learn from the model essay, make the use of standardized language and writing paradigm. The students can reproduce and spread the standardized language and writing paradigm in two ways. Of course, in the process of replication and dissemination of standardized language and writing paradigm, students should be innovative, and have their own original ideas and language style. The students combine the standardized language and writing paradigm in their brain with writing subject matter in a certain way. In the process of combining, the standard language and the writing paradigm and the writing subject matter interact, finally spring out new «emerging things» which have new properties known as the emergent properties. Both the emergence of things and the emergent properties have a certain property, namely autonomy, which is a phenomenon of the new quality. In the emerging process of

new things, students complete the innovation of transmission and replication of language meme, thus forming their own unique language style and writing paradigm.

Review Stage

Reviewing composition can improve the students' ability to identify vulnerable composition language memes and strong language memes. There are two aspects of student essay review, they are students peer assessment and teachers assessment. After the completion of the writing task, the teachers organize students to review the first draft in groups, point out the shortcomings, and put forward suggestions for improvement. After that, the teachers comment on the structure and content of the composition with the students' mutual opinions, and analyze the common problems of students writing in class. At the same time, praise the outstanding composition. In this way, the teachers help students identify outstanding composition paradigm and excellent statement of strong meme through the students peer assessment and teachers assessment.

The Problem Teachers and Students should Pay Attention to

The Problems Teachers should Pay Attention to Problems in Class

The language meme communication between teachers and students is a direct communication, which is the communication between people. As the initial meme for the host, teachers should be able to infect the students and help students understand the initial model. The students understand the language meme taught by the teachers in the classroom through the teachers' words and deeds, and thus becoming a potential meme for the host. In order to make the students pay more attention to and understand the language of the classroom teaching, it requires teachers to pay attention to the following questions: 1) the materials chosen should have the character of typical, interesting and practical; 2) the teaching process should have affinity, and can also play a role model; 3) the contents of the recitation should make students have enough information input; 4) arrange students to say more and write more, strengthen the training at the same time; 5) arrange the students peer evaluation, let students appreciate works each other, thus the excellent composition of strong memes will spread.

Problems out of Class

After all, the teaching time is limited, and the teaching of college English writing should be extended to the after-classroom, teachers should make use of the indirect

transmission mode of meme, and expand the students' amount of information input through the arrangement of the extra-curricular task, and enhance the ability of choosing and innovating in the process of replication. The reading materials and writing materials which are arranged after class can make the students consolidate the content and grasp the essence of the content. This requires that teachers could predict what reading materials and writing materials arranged may become a strong meme.

The Problems Students should Pay Attention to Recognize the Importance of Recitation

As a kind of learning method, «rote» has been accused of. In fact, recitation is an important way of information input, and the input of some information cannot be separated from the recitation. Memory is a stage in which the replication of the language meme is due to the process of replication. Reciting can make language memes be remembered. Reciting some works of famous phrases, proverbs, idioms will lay the foundation for the replication and transmission of language meme. As a result of the research on the language meme theory, it has opened up a new perspective to English writing teaching in college, and the traditional teaching method of reciting should be re-recognized.

Actively Participate in the Mutual Evaluation of Composition

In the teaching of College English writing, the function of mutual evaluation of students' writing is often neglected. Generally speaking, there is little difference between the students in the level of English writing, and there is no help in writing. In fact, the students' mutual evaluation of students' writing are beneficial to the students' awareness of the strengths and shortcomings of the composition in the theme, the structure and the sentence structure, thus promoting themselves to reflect and improve their writing level. When students read their compositions in the process of mutual evaluation, they are more likely to pay attention to, understand and accept the good language meme, and it is easy for their language to be assimilated, and imitate beautiful language.

Conclusion

Traditional writing teaching only put emphasis on students' exercises and ignored the knowledge reserves stage before writing. Meme theory points out that the core of itself is imitation. This traditional way of learning English can effectively reduce the process of language understanding and output. The meme theory makes us re-recognize the role of reciting and imitation in English writing.

References:

1. Blackmore, S (1999). *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press.
2. Dawkins, R (1976). *The Selfish Gene*. New York: Oxford University Press.
3. Eekman, F (1997). Markedness and the Contrastive Analysis Hypothesis. *Language Learning* (pp. 309–315).
4. Heylighen, F (1998). What makes a meme successful? Selection Criteria for Cultural Evolution. *Proceedings of 15th International on Congress Cybematics* (pp. 418–423).
5. Tan Xiaoping (2009). The application of language memes in foreign language. *Journals of China Three Gorges University* (pp. 276–277)

6. Wang Chunjing (2008). The exploration of contrast value and path selection of English and Chinese language memes. Journal of Guizhou Normal University (pp. 128–132).
7. Wang Hongjun. The crossover research of meme theory and the linguistics. Beijing: Journal of the Second Foreign Language College (pp. 72–77)
8. Wu Yanqiong (2008). Meme theory research in China nearly recent five years. Journal of Fuzhou University (pp. 81–84).

Национальная специфика объективации когнитивных смыслов лексико-фразеологического макрополя наименований положительных чувств и эмоций в русском и английском языках

Степанова Диана Александровна, кандидат филологических наук, старший преподаватель
Пензенский артиллерийский инженерный институт

Данное исследование посвящено выявлению национальной специфики видов объективации когнитивных смыслов лексико-фразеологического макрополя наименований положительных чувств и эмоций в русском и английском языках.

Объектом данного исследования является лексика и фразеология русского и английского языков.

Предметом исследования является лексико-фразеологическое макрополе наименований положительных чувств и эмоций в русском и английском языках.

Основными методами, использованными в работе, стали метод семного анализа и сопоставительно-параметрический метод, суть которого заключается в разработке и использовании формализованных параметров описания языков, концептосфер и их национальной специфики [3, с. 3].

Материалом исследования являются лексемы и фразеологизмы, номинирующие положительные чувства и эмоции в русском и английском языках, объединенные общей семей «положительное чувство/эмоция». Исследуемые лексемы и фразеологизмы были извлечены методом сплошной выборки из наиболее авторитетных

отечественных и зарубежных лексикографических источников [5,6,7,8].

Рассматриваемые нами лексические и фразеологические единицы представляют собой одноименное лексико-фразеологическое макрополе, состоящее из шести более мелких лексико-фразеологических полей: «удовольствие», «любовь», «воодушевление», «уважение», «спокойствие» и «облегчение». Мы считаем, что совокупность единиц каждого из перечисленных лексико-фразеологических полей объективирует в языке одноименный концепт.

В ходе семного анализа лексико-фразеологического макрополя наименований положительных чувств и эмоций в обоих языках был выявлены когнитивные смыслы, под которыми мы понимаем компонент концепта, включающий несколько когнитивных признаков, имеющих общую объективацию. Так, в русском языке было выявлено 55 когнитивных смыслов, а в английском — 61.

В качестве примера приведем ряд выявленных когнитивных смыслов в русском и английском языках некоторых лексико-фразеологических полей:

ЛФП «удовольствие»

Когнитивный смысл	Лексемы	Фразеологизмы
<i>довольство от приятных ощущений</i>	Русский язык <i>восхищение, наслаждение, счастливый, ликовать</i> и др.	<i>душа радуется, летать на крыльях, подпрыгивать до потолка</i> и др.

Английский язык

<i>состояние безграничного счастья, наивысшего восторга</i>	<i>ecstasy, ecstatic, ecstatically</i> и др.	<i>in the seventh heaven, be (sit) on the top of the world, as happy as a possum up a gum-tree</i> и др.
---	---	--

ЛФП «воодушевление»

Когнитивный смысл	Лексемы	Фразеологизмы
<i>наивысший подъем душевных сил</i>	Русский язык <i>вдохновение, вдохновенно, взлет, энтузиазм</i> и др.	<i>воспарят духом, воспарять душой</i>

душевный и физический подъем	0	get a new lease of life, put smb. on his mettle
------------------------------	---	---

В ходе исследования лексико-фразеологического макрополя наименований положительных чувств и эмоций был выявлен ряд когнитивных смыслов, объективирующихся только лексическими единицами.

В рассматриваемом макрополе в русском языке было выявлено 26 таких смыслов, объективирующихся в общей сложности 67 лексемами.

Представим данные смыслы: 1) *полное удовлетворение жизнью из-за благоприятного стечения обстоятельств*; 2) *беззаботная радость*; 3) *довольство при физической расслабленности*; 4) *довольство от удовлетворения прихотей и желаний*; 5) *довольство от интимной близости*; 6) *довольство, несоответствующее объективным обстоятельствам*; 7) *сильное довольство, приводящее к исступлению*; 8) *полное удовлетворение и довольство от любования самим собой*; 9) *горячая сердечная склонность, влечение к лицу другого пола*; 10) *ласка, мягкость по отношению к кому-либо*; 11) *ответное чувство глубокой привязанности*; 12) *глубокая привязанность к человеку*; 13) *глубокая привязанность к себе, влюбленность в себя*; 14) *глубокая привязанность к славе*; 15) *глубокая привязанность и чувственное влечение*; 16) *душевный и физический подъем*; 17) *душевный подъем, ниспосланный свыше*; 18) *душевный подъем и волнение*; 19) *душевный подъем, вызванный стремлением сделать что-либо*; 20) *чувство почтения к кому — или чему-либо*; 21) *глубокое почтение*; 22) *почтение к себе*; 23) *почтение к человеку со стороны общества*; 24) *душевное равновесие и довольство*; 25) *полное душевное равновесие и ощущение отрешенности от внешнего мира*; 26) *полное душевное равновесие и расслабленность*.

Для оценки степени лексической объективации когнитивных смыслов был определен введенный нами индекс лексической объективации, под которым понимается отношение когнитивных смыслов, представленных исключительно лексемами к общему числу когнитивных смыслов в данном языке. Данный показатель составил 47,3 %.

В рассматриваемом макрополе в английском языке было выявлено 29 смыслов, объективирующихся в общей сложности 74 лексемами.

Представим данные смыслы: 1) *огромная радость, длящаяся короткий период времени*; 2) *огромная радость, довольство и возбуждение*; 3) *восторг, большая радость при праздновании события*; 4) *радость и удовольствие от незначительной деятельности*; 5) *довольствие самим собой и уверенность в себе*; 6) *полное удовлетворение и довольство от любования самим собой*; 7) *восторг и удивление от нового увиденного или пережитого*; 8) *удовольствие при достижении результатов*; 9) *физическое удовлетворение*; 10) *глубокая привязанность, внушенная или вызванная преднамеренно*; 11) *глубокая привязанность и забота*; 12) *глубокая привязанность, игнорирующая недостатки объекта любви*; 13) *энтузиазм, проявляющийся во внешнем виде, поведении человека*; 14) *душевный подъем и возбуждение*; 15) *наивысший душевный подъем при рассказе о чем-либо*; 16) *наивысший душевный подъем из-за веры во что-либо*; 17) *энтузиазм, ведущий к творческому процессу*; 18) *энтузиазм, вызванный решительностью и уверенностью*; 19) *душевный подъем и ощущение счастья*; 20) *почтение к себе*; 21) *глубокое почтение и чувство страха*; 22) *глубокое почтение и преклонение перед Богом*; 23) *душевное равновесие и уверенность*; 24) *душевное равновесие в трудной ситуации*; 25) *душевное равновесие и сдержанность*; 26) *душевное равновесие и удовольствие после отрицательных эмоций*; 27) *чувство легкости, освобождения от тревоги из-за того, что все плохое закончилось или не происходило совсем*; 28) *чувство легкости, освобождения от тревоги при рассказе о своей проблеме*; 29) *чувство легкости при избавлении от физической боли*.

Для определения степени лексической объективации когнитивных смыслов в английском языке, как и в русском, был определен индекс лексической объективации, который составил 47,5 %.

В соответствии со шкалой С. В. Колтаковой [2, с. 17], для параметров, чьи индексы представлены процентами, степень проявления национальной специфики равняется численной разнице между показателями индексов сопоставляемых групп в разных языках. В данном случае полученные индексы в обоих языках практически одинаковы, численная разница показателей индексов равняется 0,2 %, что, согласно указанной шкале, свидетельствует о **несущественных** национально-специфических различиях.

Исследование показало, что объективация когнитивных смыслов в лексико-фразеологическом макрополе наименований положительных чувств и эмоций в русском и английском языках может осуществляться только при помощи фразеологизмов. В рассматриваемом макрополе в русском языке было выявлено 13 смыслов, объективирующихся в общей сложности 17 фразеологизмами. Представим эти смыслы: 1) *восхищение и удивление*; 2) *постепенное ощущение довольства и радости*; 3) *радость при приеме или встрече людей*; 4) *неожиданная радость и ликование*; 5) *глубокая привязанность, возникающая с первого взгляда*; 6) *глубокая привязанность и уважение*; 7) *нежность и забота, проявляемые*

к человеку; 8) душевный подъем и восторг; 9) душевный подъем и радость; 10) душевный подъем, приводящий к быстрой, стремительной ходьбе; 11) сильный душевный подъем и глубокая привязанность к чему-либо; 12) душевный подъем в результате благотворного воздействия; 13) почтение и глубокая привязанность.

Для оценки степени фразеологической объективации когнитивных смыслов был рассчитан индекс фразеологической объективации, под которым, мы понимаем отношение когнитивных смыслов, представленных исключительно фразеологизмами к общему числу когнитивных смыслов в данном языке. Данный показатель составил 23,6%.

В рассматриваемом макрополе в английском языке было выявлено 15 смыслов, объективирующихся в общей сложности 17 фразеологизмами.

Представим данные смыслы: 1) *восторг у зрителей во время театрального представления*; 2) *радость при избавлении от кого-либо*; 3) *довольство и наслаждение от отдыха, времяпрепровождения*; 4) *восхищение, выражаемое во всеуслышание*; 5) *радость при приеме или встрече людей*; 6) *довольство, получаемое за свои же деньги*; 7) *довольство, вызываемое у кого-либо за его же деньги*; 8) *довольство от предвкушения чего-либо*; 10) *глубокая привязанность, возникшая сразу*; 11) *глубокая привязанность, основанная на духовном влечении*; 12) *открытая демонстрация глубокой привязанности*; 13) *душевный и физический подъем*; 14) *душевный подъем и восторг*; 15) *душевное равновесие и бодрость*.

Для оценки степени фразеологической объективации когнитивных смыслов в английском языке также был определен индекс фразеологической объективации когнитивных смыслов, который составил 24,6%.

Как видно из полученных данных, индекс фразеологической объективации когнитивных смыслов в русском языке превалирует над соответствующим показателем в английском на 0,9%, что, согласно применяемой нами шкале степени проявления национальной специфики семантики, свидетельствует о **несущественных** национально-специфических различиях.

В ходе семного анализа лексико-фразеологического макрополя наименований положительных чувств и эмоций в русском и английском языках был также выявлен ряд когнитивных смыслов, объективирующихся как лексемами, так и фразеологизмами.

В рассматриваемом макрополе в русском языке было выявлено 16 таких смыслов, объективирующихся в общей сложности 158 лексемами и 37 фразеологизмами.

Перечислим данные смыслы: 1) *злобная радость*; 2) *состояние безграничного счастья*; 3) *довольство от приятных ощущений*; 4) *удовлетворение при достижении результатов*; 5) *довольство при наблюдении за кем-либо*; 6) *радость и бодрость*; 7) *глубокая привязанность и распо-*

ложение; 8) *внутреннее тяготение к чему-либо*; 9) *восторженная горячая любовь*; 10) *симпатия и расположение*; 11) *душевный подъем*; 12) *наивысший подъем душевных сил*; 13) *сильный душевный подъем*; 14) *душевный подъем при увлеченности делом*; 15) *глубокое почтение и восхищение*; 16) *чувство легкости, освобождения от тревоги*.

Для оценки степени лексико-фразеологической объективации когнитивных смыслов был рассчитан введенный нами индекс лексико-фразеологической объективации, под которым понимается отношение когнитивных смыслов, представленных как лексемами, так и фразеологизмами к общему числу когнитивных смыслов в данном языке. Данный индекс в русском языке оказался равен 29,1%.

В рассматриваемом макрополе в английском языке было выявлено 17 смыслов, объективирующихся в общей сложности 154 лексемами и 79 фразеологизмами.

Представим данные смыслы: 1) *большое довольство, испытываемое с помощью органов чувств*; 2) *довольство от приятных ощущений*; 3) *состояние безграничного счастья*; 4) *состояние полной удовлетворенности жизнью*; 5) *глубокая привязанность и расположение*; 6) *горячая сердечная склонность к лицу другого пола*; 7) *ласка, мягкость по отношению к кому-либо*; 8) *восторженная горячая привязанность*; 9) *симпатия и расположение*; 10) *глубокая привязанность и преданность*; 11) *душевный подъем при увлеченности делом*; 12) *наивысший подъем душевных сил*; 13) *глубокое почтение и восхищение*; 14) *глубокое почтение*; 15) *чувство почтения к кому — или чему-либо*; 16) *душевное равновесие*; 17) *легкость при освобождении от тревоги*.

Для оценки степени лексико-фразеологической объективации выявленных когнитивных смыслов в английском языке был также рассчитан индекс лексико-фразеологической объективации когнитивных смыслов, который составил 27,9%.

Как видно из полученных данных, индекс лексико-фразеологической объективации когнитивных смыслов в русском языке превалирует над соответствующим показателем в английском на 3,5%, что свидетельствует о большей степени лексико-фразеологической объективации когнитивных смыслов в русском языке, и, согласно используемой нами шкале, свидетельствует о **видимых** национально-специфических различиях.

Сравнение показателей индексов лексической, фразеологической и лексико-фразеологической объективации когнитивных смыслов наименований положительных чувств и эмоций в русском и английском языках показало, что индексы лексической и фразеологической объективации в английском языке (47,5% и 24,6% соответственно) превалируют над аналогичными индексами в русском языке (47,3% и 23,6% соответственно), а ин-

декс лексико-фразеологической объективации в русском языке (29,1%) превышает данный индекс в английском языке (27,9%).

Согласно применяемой нами шкале С. В. Колтаковой, можно констатировать, что лексическому и фразеологическому видам объективации когнитивных смыслов в русском и английском языках свойственны **несущественные** национально-специфические расхождения, а лексико-фразеологической объективации присущи **видимые** расхождения. Согласно шкале выраженности национальной специфики лексических группировок

С. В. Колтаковой, С. И. Деркач и С. И. Черниковой [3, с. 106], преобладание **несущественных** и **видимых** национально-специфических расхождений определяет национальную специфику лексической, фразеологической и лексическо-фразеологической объективации когнитивных смыслов лексико-фразеологического макрополя наименований положительных чувств и эмоций в системах русского и английского языков как **неярко выраженную**. Наиболее ярко национальная специфика представлена на уровне лексико-фразеологической объективации когнитивных смыслов.

Литература:

1. Деркач, С. И. Номинативная плотность тематической группы «Избирательный процесс» в русском и английском языках. // Сопоставительные исследования 2010. — Воронеж, 2010. — с. 45–50.
2. Колтакова, С. Ф. Национальная специфика тематических групп «труд» и «отдых» в русском и английском языках: автореф.... канд. филол. наук. — Воронеж, 2008. — 20 с.
3. Стернина, М. А. Сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований: Монография. — Воронеж: издательство «Истоки», 2014. — 115 с.
4. Черникова, С. И. Фразеологизмы, включающие наименования природных комплексов в русском и английском языках. // Сопоставительные исследования 2013. — Воронеж, 2013. — с. 87–97.
5. Большой толковый словарь русского языка./Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб.: «Норинт», 2004. — 1536 с.
6. Фразеологический словарь русского литературного языка/Сост. А. И. Федоров. — М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2001. — 720 с.
7. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь/лит. ред. М. Д. Литвинова. — М. Рус. яз., 1984. — 944 с.
8. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. — Cambridge University Press 2010. — 1814 p.

Образ природы в произведениях Уве Тимма

Терешёнок Елена Владимировна, аспирант

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

Природные явления часто занимают значительное место в художественных произведениях, выступая в качестве эффективного способа описания характера персонажа, его поступков [1, с. 76–85; 2, с. 89–91; 3, с. 255–260]. Не составляют в этом плане исключения и произведения известного современного немецкого писателя Уве Тимма. В его романах и повестях, как показывает наш анализ, образ природы играет, несомненно, большую роль. Пейзажные зарисовки и описания служат не просто лишь фоном, на котором развивается действие его произведений — с их помощью автор позволяет читателю лучше понять душевное, эмоциональное состояние или настроение героев. Коррелируя либо же контрастируя с душевным настроением персонажа, пейзажные описания усиливают наше впечатление от той или иной изображенной в произведении ситуации, а в ряде случаев выполняют символическую функцию, передавая дополнительные смыслы. Поясним сказанное с помощью примеров.

В приведенном ниже отрывке из романа «Жаркое лето» описывается поездка на машине, которую главный

герой, Ульрих Краузе, совершает вместе с Кристой, являющейся тайным предметом его обожания:

Sie waren hinter Nürnberg von der Autobahn auf eine Landstraße abgebogen, die nach Bamberg führte. Das Knattern des Fahrtwindes hatte plötzlich nachgelassen. Die Tannen standen bis zum Straßenrand und in dem Cabrio war es kühl geworden. Ullrich streckte seine Hände über die Windschutzscheibe in den Fahrtwind. Wunderbar.

Hinter dem Wald öffnete sich eine durchsonnte hügelige Landschaft mit kleinen Seen und Weihern. Entlang der Straße standen Obstbäume. Der Wind trieb breite Wellen über die Getreidefelder [6, с. 93].

Влюбленный Ульрих наслаждается каждым мгновением этого маленького путешествия, любясь незатейливой красотой открывающегося его взгляду пейзажа.

В нижеследующем текстовом фрагменте из того же произведения мы видим протагониста на лоне природы. Вместо того чтобы пойти на занятия в университет, одни только мысли о которых уже вызывают у него головную боль, Ульрих отправляется к озеру. От раздражающей

его действительности главный герой скрывается в умиротворенности жаркого летнего дня:

Er stieg vorsichtig die steinige Böschung zum See herunter und sprang, ohne sich abzukühlen, ins Wasser. Ein kalter Schlag.

Er taucht auf und macht einige Kraulzüge, schwimmt dann mit ruhigen Zügen in den See, dreht sich im Wasser auf den Rücken und bewegt langsam die Arme und Beine. Toter Mann, nennt Ingeborg das. An dem hellblau durchsonnten Himmel sieht er eine weiße Haufenwolke treiben. Jetzt würde Maier über die Todesproblematik bei Heidegger reden und mit dem Zeigefinger ins Seminar deuten, um sich seine Sätze zu Ende sprechen zu lassen. <...>

Er taucht, öffnet die Augen, sieht unter sich nichts als Schwärze, taucht einen Salto, paddelt mit den Füßen, wirbelt Wasser und Gischt auf, funkelnd im Sonnenlicht. Die weiße Wolke schiebt einen runden Auswuchs der Sonne entgegen. Er würde sich bei Maier entschuldigen: eine plötzliche Magenverstimmung. Er lacht laut, macht wieder den toten Mann. Die Wolke hat die Sonne fast erreicht, schiebt sich langsam vorbei, schneidet ein Stück der Sonne ab, um den Wolkenrand steht ein Strahlenkranz. <...>

Ullrich schwimmt zum Ufer zurück, langsam, mit gleichmäßigen Zügen. <...>

Er streckt sich auf dem Handtuch aus, spürte die Wärme der Sonne auf seiner Haut, das Kitzeln ablaufender Wassertropfen und blinzelte in den Himmel. Hoch über ihm schossen die Schwalben hin und her. Das Wetter wird sich halten, dachte er. Eine Bauernregel [6, с. 41–42].

Описание действий персонажа переплетается здесь с описанием окружающего мира, образуя единое целое. Главный герой ощущает себя неотъемлемой частью природы, забывает о своих заботах и обретает душевное равновесие.

Приведенные ниже примеры взяты из автобиографической повести «Друг и чужак». В самом ее начале Уве Тимм рассказывает о своем знакомстве с Бенно Онезоргом, ставшим впоследствии другом писателя:

Dieser erste Blick. Unten der Fluß, der ruhig und grün dahinfließt, die Steinbrücke, auf deren Mauer er sitzt, ein Bein über das andere geschlagen, so schaut er zum anderen Ufer, ein paar Büsche und Weiden stehen dort, dahinter öffnen sich die Wiesen und Felder. Ein Tag im Juni, frühmorgens, noch mit Frische der Nacht, der Himmel ist wolkenlos und wird wieder die trockene Hitze des gestrigen Tages bringen [5, с. 7].

Бенно Онезорг, чья жизнь оборвалась так рано, был талантливым молодым человеком, интересовавшимся литературой и искусством и писавшим стихи. Данный фрагмент позволяет читателю ощутить гармонию мира творчества, который представляет Бенно Онезорг, и мира природы.

Следующий образ природы возникает в повести в связи с воспоминаниями Тимма о сдаче вступительных экзаменов в Брауншвейгский колледж. Чувство одиночества и неизвестности, которое испытал автор в тот мо-

мент, подчеркивается описанием неухоженного парка, расположенного за зданием колледжа:

Zu früh angekommen, ging ich durch den verwilderten, mit alten Buchen und Linden bestandenen Park, der hinter den Gebäude lag. Dieser verkrautete Park, mit seinem jetzt im November feuchtmatschigen Grünbraun, ließ den Kasernenbau noch bedrückender erscheinen [5, с. 51–52].

Выразительность этого отрывка достигается за счет использования автором атрибутивных сочетаний (*verwilderter Park*, *verkrauteter Park*, *feuchtmatschiges Grünbraun*), с детальной точностью воссоздающих увиденную им картину. Приведенные атрибуты выступают в качестве эпитетов, ярко описывающих природу.

Зачастую описание природы или погоды опосредованно помогает понять душевные переживания героев. Так, в следующем фрагменте из документальной повести «На примере брата» автор ни слова не говорит о чувстве глубокой скорби, охватившем его в тот момент, когда он узнал о смерти своей матери, ограничиваясь лишь кратким природно-погодным описанием, отличающимся высокой степенью драматичности:

Ich ging hinaus, in die Sonne, in diesen heißen Sommertag, ich ging am Isebekkanal entlang, grau-grün war das Wasser, darin schien die Sonne schwarz, aber das war nur der Schatten der Brücke. Die Winde waren angehalten und eine große Stille am Himmel [4, с. 117].

Смерть близкого человека всегда является невосполнимой утратой. Мир писателя окрашивается в траурные тона (*grau-grün war das Wasser, darin schien die Sonne schwarz*), даже ветер внезапно стихает и наступившая пронзительная тишина символизирует тот эмоциональный вакуум, который оставил в душе Уве Тимма уход матери.

В этом же произведении Тимм анализирует историю своей семьи и рассказывает, как его старший брат, Карл-Хайнц Тимм, собирается вступить в ряды СС. Автор описывает путь брата к войсковым казармам:

1942, im Dezember, an einem ungewöhnlich kalten Tag, spätnachmittags, war er nach Ochsenzoll, wo die SS-Kasernen lagen, hinausgefahren. Die Straßen waren verschneit. Es gab keine Wegweiser, und er hatte sich in der einbrechenden Dunkelheit verlaufen, war aber weiter an den letzten Häusern vorbei in Richtung der Kasernen gegangen, deren Lage er sich auf dem Plan eingeprägt hatte. Kein Mensch war zu sehen. Er geht hinaus ins offene Land. Der Himmel ist wolkenlos, und nur über den Bodensenken und Bachläufen liegen dünne Dunstschwaden. Der Mond ist eben über einem Gehölz aufgegangen [4, с. 11].

Через описание безжизненного и в некоторой степени сюрреалистического зимнего пейзажа писателем создается жуткая атмосфера надвигающейся катастрофы — такая же жуткая, как и необъяснимый с точки зрения Уве Тимма поступок его брата.

В нижеприведенном иллюстративном примере из романа «Жаркое лето» образ природы, представленный описанием теплого летнего ливня и прояснившегося

после дождя неба, тонко передает светлое настроение зарождающегося между Ульрихом Краузе и Ингеборг чувства любви:

Letzten Sommer hatte Ullrich Ingeborg einmal zur Straßenbahn gebracht, wenige Tage, nachdem sie sich kennengelernt hatten. Sie mußte zu einer Vorlesung. Es hatte geregnet, ein warmer, dicktropfiger Juniregen. Sie hatten an der Haltestelle im Regen gestanden und sich angesehen, die Haare klebten ihr im Gesicht, ihr heller Regenmantel war an den Schultern dunkel von der Feuchtigkeit. Sie hatten sich angesehen, ohne zu reden, bis die Straßenbahn kam. Er war dann im Regen durch die Straßen gelaufen. Mantel und Hemd waren schon durchweicht. Kühl spürte er die Feuchtigkeit auf seiner Haut. Er lief weiter, bis der Regen leichter wurde, schließlich aufhörte und die Sonne plötzlich hinter der Wolkenbank hervorkam. Scharf geschieden das Hellblau des Himmels vor dem schwarzen Wolkenrand. Die Straßen dampften. Vor der Haustür stand Ingeborg. Die Haare hingen ihr in nassen Strähnen ins Gesicht. Sie war an der nächsten Station wieder ausgestiegen und zurückgelaufen. Sie gingen zusammen hinauf [6, с. 31].

В следующем текстовом фрагменте благодаря природному описанию раскрываются такие черты главного героя романа «Жаркое лето», как мечтательность и романтичность. Глоток жасминового чая вызывает у Ульриха воспоминания о детстве, проведенном в Брауншвейге и о том, как он часами мог лежать в луговой траве, наблюдая за бесконечной игрой облаков:

Ullrich schlürfte vorsichtig den Tee. Der Geruch nach Jasmin. Eine Wiese. Eine tiefe Wiese, in der man die Feuchtigkeit spürt. Eine Wiese am Morgen, in die man sich hineinlegen kann, ausgestreckt, über sich den Himmel.

Früher, in Braunschweig, bin ich manchmal nach der Schule so weit mit dem Fahrrad hinausgefahren, bis die Felder und Wiesen anfangen. Ich hab mich dann ins hohe Gras gelegt, im Sommer, und hab stundenlang die Wolken am Himmel beobachtet. Es gibt eine Sprache der Wolken [6, с. 227].

Апеллируя не только к зрительным (*Eine Wiese am Morgen, in die man sich hineinlegen kann, ausgestreckt, über sich den Himmel.*), но и обонятельным (*Der Geruch nach Jasmin*) и осязательным (*Eine tiefe Wiese, in der man die Feuchtigkeit spürt*) ощущениям читателей, автор позволяет им таким образом почувствовать радость единения с природой, испытываемую Ульрихом.

О душевном настроении Ульриха Краузе, безуспешно пытающегося заставить себя работать над рефератом, может свидетельствовать нижеприведенный отрывок из романа «Жаркое лето»:

Die Buchen im Garten hatten fast alle Blätter verloren. Die Äste ragten schwarz und kahl in den grauen Himmel. Draußen nur das monotone Schilpen der Spatzen [6, с. 137].

Общее состояние подавленности героя Уве Тимм передается через описание унылого осеннего парка, вид на который открывается из окна комнаты Ульриха. Прилагательные *schwarz, kahl, grau* и *monoton*, использо-

ванные здесь писателем, усиливают ощущение удрученности и пустоты, возникающее при чтении этих строк.

Описание бушующей непогоды, которое мы встречаем в романе «Красный цвет», используется автором для того, чтобы подчеркнуть душевное смятение главного героя, похоронного оратора Томаса Линде. В покойном заказе надгробной речи он узнает своего друга юности Петера Ашенбергера, и нахлынувшие воспоминания всецело овладевают главным героем, не позволяя ему думать о чем-либо еще:

Draußen trieb der Westwind den Regen durch Straßen, über Plätze, schwarze Regenschirme kämpften gegen den Wind, Hüte wurden gehalten, Mäntel flatterten, eine nasse Zeitungsseite wehte mir an die Beine, blieb kleben, ich mußte mich aus dem Wind drehen, um sie loszuwerden.

Meine Güte, sagte Iris, du bist mit den Gedanken ganz woanders. <...>

Was ist? Warst du in dieser Wohnung?

Ja. Ich kenne den Mann [7, с. 66–67].

Следующие примеры наглядно демонстрируют символичность некоторых природно-погодных описаний в произведениях Уве Тимма.

В первую часть романа «Жаркое лето» автор включает подробное описание надвигающейся, а затем и разразившейся грозы, символизирующее недовольство, нарастающее в молодежной среде Западной Германии 60-х годов XX века и вылившееся в широкую волну протестов:

Das leise Grummeln eines aufziehenden Gewitters war hörbar, und Ullrich sah zum Fenster hinaus. Grauschwarze tiefhängende Wolken zogen über den Himmel, der Wind drückte gegen die Fensterscheiben [6, с. 60].

Ullrich versuchte, sich wieder zu konzentrieren. Er hörte den Regen gegen die Fensterscheibe prasseln und das Rumpeln des Donners. Der Student neben ihm sah von seinem Buch hoch und aus dem Fenster. Ullrich nickte ihm zu und wollte gerade sagen: So ein Gewitter lockert doch sofort die Atmosphäre hier, da blickte der Student schnell wieder vor sich in das aufgeschlagene Buch [6, с. 63].

Er ging zu dem großen Klappfenster. Die Windböen drückten den Regen gegen die Fensterscheibe. Die Schraffur schräg ablaufender Wassertropfen. Ein Blitz verästelte sich am dunklen Himmel, unmittelbar darauf ein Donnerschlag [6, с. 64].

Предложение *So ein Gewitter lockert doch sofort die Atmosphäre hier* приобретает в данном контексте дополнительную коннотацию, чему также способствует многозначность существительного *die Atmosphäre* (1.«атмосфера, воздух» 2.«обстановка»), позволяющая провести параллели между состоянием природы после грозы и теми общественно-политическими изменениями, которые студенческие протесты могут вызвать.

На последних страницах романа «Жаркое лето» мы находим описание весеннего ландшафта, который Ульрих Краузе видит из окна поезда, возвращаясь в Мюнхен с намерением закончить прерванную учебу. Главный герой понимает, что в его жизни начинается

новый, очень важный период, и описание пробуждающейся после долгой зимы природы соотносится с надеждами протагониста и его позитивным настроением:

Draußen brach plötzlich die Sonne durch. Die weiße Wolkendecke war ausgefasert, dahinter der hellblaue Himmel. Die Bodenwellen im Licht der Sonne erschienen viel höher als jene, die noch im Schatten der Wolken lagen.

Es riecht nach Frühling, hatte Ullrich gesagt. <...>

Ullrich versuchte, sich die Landschaft draußen einzuprägen. Die Bodenwellen, Äcker und Wiesen, dazwischen, wie struppige Inseln, kahle Gehölze [6, с. 332–333].

Die Sonne ließ die Tannen leuchten. In den Gräbern schmale weiße Streifen, schmutzige Schneereste. Auf einem Feld ein Traktor mit einer Egge. Die Schraffur der Furchen [6, с. 340].

В нижеследующем текстовом фрагменте из романа «Красный цвет» перед нами описание того дня, когда во время траурной церемонии состоялось знакомство главного героя, Томаса Линде, и его возлюбленной Ирис:

Ich ging nochmals hinaus in diesen ersten sommerlich heißen Frühlingstag. Die Knospen der Bäume waren zu einem lichten Grün explodiert. Die Leute standen vor der Aufbahrungshalle in kleinen Gruppen zusammen, elegant gekleidet in schwarzen Anzügen und Kleidern, einige rauchten [7, с. 17].

Через упоминание двух цветов, зеленого (*Die Knospen der Bäume waren zu einem lichten **Grün** explodiert*) и черного (*Die Leute standen vor der Aufbahrungshalle in kleinen Gruppen zusammen, elegant ge-*

*kleidet in **schwarzen** Anzügen und Kleidern, einige rauchten*), писатель создает яркий зрительный контраст: картина весеннего дня, символизирующая торжество жизни, противопоставляется смерти с ее неминуемостью. Подчеркивая взаимосвязь этих двух явлений, данный прием помимо всего прочего способствует тому, что у читателя возникает смутное предчувствие трагического исхода истории любви Линде и Ирис.

Подводя итоги нашего анализа, отметим, что создающие образ природы в произведениях Уве Тимма пейзажные и погодные описания чаще включены в несобственно-авторское повествование, чем в прямую речь или внутренний монолог персонажей. Это обстоятельство мы связываем с намерением автора как можно более точно донести до читателя свою эстетическую позицию. Характерной чертой данных описаний является употребление распространенных номинативных предложений. Их можно сравнить с умело расставленными акцентами, благодаря которым автор выхватывает из общей картины окружающего мира наиболее значимые детали.

Наше исследование показало, что Уве Тимм нередко оперирует комплексными образами, передавая помимо зрительных также осязательные, обонятельные и слуховые ощущения героев.

Итак, являясь частью реализации индивидуального авторского замысла, образ природы в творчестве Уве Тимма служит одним из средств психологизации повествования и позволяет писателю создать дополнительные черты к образам своих персонажей.

Литература:

1. Борисова, Е. Б. Художественный образ в английской литературе XX века: типология — лингвопоэтика — перевод: дис. ... д-ра филол. наук. Самара, 2010. 383 с.
2. Красавский, Н. А. Персонификация гор в романе Германа Гессе «Петер Каменцин» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 4 (22). Часть 1. с. 89–91.
3. Красавский, Н. А. Персонификация явлений природы в романе Германа Гессе «Петер Каменцин» // Актуальные проблемы лингводидактики и лингвистики: сущность, концепции, перспективы: материалы Международной научно-практической конференции/под ред. Л. А. Миловановой. — Волгоград: Парадигма, 2013. С. 255–260.
4. Timm, U. Am Beispiel meines Bruders. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2007. 155 S.
5. Timm, U. Der Freund und der Fremde. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2007. 176 S.
6. Timm, U. Heißer Sommer. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2007. 340 S.
7. Timm, U. Rot. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2008. 394 S.

Содержание и границы понятий «текст» и «дискурс»

Тибинько Надежда Дмитриевна, магистр, старший преподаватель
Карагандинский университет «Болашак» (Казахстан)

В статье рассматривается проблема идентификации понятий «текст» и «дискурс», приведены основные характеристики понятия «дискурс», отличающие его от понятия «текст».

Ключевые слова: дискурс, текст, коммуникация, иллокутивная структура.

Вплоть до настоящего времени существует проблема идентификации понятия текста. Действительно, *текст* как лингвистический феномен в высшей степени многопланов, и это обуславливает множественность его дефиниций. Различия в содержании данного понятия являются также результатом попыток ученых установить параметры, существенные для определенного направления исследований, разрабатываемого той или иной школой.

По прошествии времени многие исследователи убедились, что понятие «предложения» сильно перегружено, поэтому возникли новые направления исследований: сначала — текста, а затем и дискурса. Поворот к этим направлениям был подготовлен предшествующими исследованиями в области дистрибутивного анализа (З.С. Харрис), глоссематики (Л. Ельмслев, К. Тогеби), системной функциональной лингвистики (Дж.Р. Фирс, Дж. Синклер, М.А. К. Халлидей), функциональной грамматики (С. Дик), стилистики (Н.Е. Энkvист). Итогом внедрения понятий дискурса и текста в парадигму лингвистики стала проблема разделения границ этих категорий и необходимость нового осмысления теоретического и фактического материала.

Лингвисты утверждают, что существует около 250 определений текста, однако ни одно из них не принято как каноническое; понятие «дискурс» также не имеет однозначного и общепризнанного толкования. Отчасти терминологическая путаница явилась результатом соотнесения наименований дисциплин «анализ дискурса» (discourse analysis) и «лингвистика текста» (Textlinguistik), где первый термин выступал в качестве английского эквивалента второго, принятого германской школой исследователей текста.

Изначально лингвистика текста постулировалась как общее обозначение для любого лингвистического исследования текста письменного или устного. По этой причине текст и дискурс рассматривались как взаимозаменяемые понятия. Как отмечает М.К. Бисмалиева, «исследователи использовали термин «текст», анализируя процесс его порождения и восприятия, изучая его как процесс и как продукт речевой деятельности, понимая под текстом фрагменты устной и письменной коммуникации любой протяженности» [1, с. 78]. Исходя из этого, разница между лингвистикой текста и анализом дискурса не рассматривалась как принципиальная.

Разграничение понятий «текст» и «дискурс» первым ввел Т. А. ван Дейк, да и то в русском переводе его тракт, написанный совместно с В. Кинчем звучит как «Стратегии понимания связного текста», и термины постоянно путаются, что и понятно — англ. discourse употребля-

ется как в значении текста, ориентированного на определенное содержание (в частности, в учебниках), так и в значении текста, ориентированного на определенную аудиторию (проповедь, диссертация и т. п.), так и в значении просто разговора (talk, speech, conversation). Т. А. ван Дейк употребляет термин «текст» для обозначения абстрактного теоретического конструкта, который реализуется в «дискурсе». Другими словами, «текст» соотносится с «дискурсом» как «предложение» с «высказыванием» [2, с. 34].

Г. Кук для разграничения понятий «текст» и «дискурс» включает понятие «контекста» [3, с. 52]. Текст используется для обозначения лингвистических форм, временно или для целей анализа отделенных от контекста. Контекст включает следующие составляющие: реальность, язык, ситуацию, сопровождающие тексты, интертекст, участников, функцию. Дискурс — это текст и контекст, взаимодействующие таким образом, что участники дискурса воспринимают его как содержательное и целостное явление. Целью анализа дискурса является описание этого феномена и его отдельных частей, разграничение участниками дискурса одного его типа от другого [3, с. 78].

Н.Д. Арутюнова утверждает, что «анализ дискурса и лингвистика текста образуют близкие, а иногда и отождествляемые области лингвистики». Однако из необходимости разграничить «текст» и «дискурс» в конце 70-х — начале 80-х годов XX века параллельно происходит дифференциация дефиниций «дискурс» и «текст»: текстом стали называть «преимущественно абстрактную, формальную конструкцию», а дискурсом — «различные виды ее актуализации, рассматриваемые с точки зрения ментальных процессов и в связи с экстралингвистическими факторами» [3, с. 137].

Рассмотрение понятий «текст» и «дискурс» с позиции когнитивной лингвистики Е.С. Кубряковой и О.В. Александровой «...Под дискурсом следует иметь в виду именно когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения, текст же является конечным результатом процесса речевой деятельности, выливающимся в определенную законченную (и зафиксированную) форму» [4, с. 78].

Различие понятий «текст» и «дискурс», считает В.Е. Чернявская, лежит в направленности анализа — внутренней или внешней границах текста. Так, анализ текста направлен на «внутренние — внутри-текстовые — отношения высказываний между собой, их пропозициональную и иллокутивную структуру, взаимоотношения текстового целого и его частей». Анализ дискурса направлен на «характеристику внешних по от-

ношению к тексту особенностей и функций коммуникативного процесса». Анализ дискурса «сконцентрирован на степени и характере влияния экстралингвистического фона — социальных институтов, культурных, идеологических и прочих факторов на формирование тех или иных языковых закономерностей» [5, с. 56]. Обобщая характеристики понятий «текст» и «дискурс», В.Е. Чернявская пишет: «Дискурс характеризует коммуникативный процесс, приводящий к образованию определенной формальной структуры — текста» [5, с. 20].

Е.И. Шейгал трактует дискурс как «систему коммуникации, имеющую реальное и потенциальное (виртуальное) измерения. В реальном измерении — это поле коммуникативных практик как совокупность дискурсных событий, это текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, обладающая признаком процессности и связанная с реальной жизнью и реальным временем, а также возникающие в результате этой деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии с лингвистическими, паралингвистическими и экстралингвистическими факторами. В потенциальном измерении дискурс представляет собой семиотическое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание данной коммуникативной сферы, а также тезаурус прецедентных высказываний и текстов. В потенциальное измерение дискурса включаются также представления о типичных моделях речевого поведения и набор речевых действий и жанров, характерных для данного типа коммуникации» [6, с. 12].

Таким образом, в предлагаемой Е.И. Шейгал концепции дискурс оказывается предельно широким понятием, охватывающим как языковую систему (ту ее часть, которая специфически ориентирована на обслуживание данного участка коммуникации), так и речевую деятельность (в совокупности лингвистических и экстралингвистических факторов) и текст. [6, с. 14].

Наиболее близкое понимание и разграничение понятий дискурс и текст находим у А.Ю. Попова, который подробно сравнивает их между собой по различным параметрам [1, с. 80]:

Дискурс — живая речь, в ней участвуют конкретные — видимые, осязаемые, понятные участникам люди, участвующие в диалоге. Дискурс — преимущественно устный (в работах Т. А. ван Дейка постоянно наличествуют понятия «говорящие», «слушающие», «рассказать», «разговор»). Хотя возможны и письменные дискурсы — газетная или журнальная полемика, где участники всем хорошо известны, колонка новостей в СМИ, переписка и т. п.

Дискурс как живая речь — во многих своих моментах спонтанен, текст же — упорядочен, каноничен по форме изложения.

Дискурс как живая речь — динамичен, реплика инициатора вызывает цепную реакцию вопросов, ответов, комментариев прочих участников. Текст — статичен, читатель лишь следит за ходом развития мысли автора, будучи лишен возможности включиться в реальное общение. Дискурс течет, текст — излагается.

Дискурс как живая речь — целенаправлен, речевой акт или макроакт — последовательность отдельных речевых актов — имеет своей задачей воздействие на поведение собеседника (с целью изменения или сохранения): на его интеллект, эмоции, волю, предпринять какие-то действия, а в отдельных случаях вынудить его совершить некий моторный акт. Дискурс имеет иллокутивную силу, равно как и текст, но, будучи открытой коммуникативной системой (всегда можно привести дополнительные аргументы), его возможности воздействовать на собеседника несравненно более эффективны и разнообразны, чем у письменного текста, являющегося закрытой коммуникативной системой.

Дискурс — коммуникативное событие. Единожды ввязавшись, выйти из него без соблюдения политеса, принятого в данном социуме, невозможно. Участник дискурса принимает в нем либо активное (говорящий), либо пассивное участие (слушающий — активный, выбирающий информацию, или пассивный — вынужденный слушать). В любом случае участие в дискурсе вызывает определенное психологическое состояние участника — это будет личностно значимый акт. Текст можно отбросить и не читать.

Для организации дискурса как коммуникативного события создается макроситуация, отражающая коммуникативную обстановку, место действия, обстоятельства, участников, а также тип речевых и прочих актов, включенных в процесс коммуникации. Текст читается в любом месте и при любых обстоятельствах

Дискурс ориентирован на живую аудиторию, что предполагает разнообразие речевых форм выражения коммуникативных интенций. Текст адресован абстрактной, хотя и принадлежащей к определенному социуму аудитории, а посему изложение его (письменное или устное) подчинено особому стилю.

Дискурс — иллокутивен: предмет рассуждения/обсуждения согласован с его участниками. Текст — перлокутивен: постановка проблемы и ее решение осуществляется самим автором [1, с. 82]

Рассматривая дискурс и текст в качестве форм коммуникации, А.Е. Карлинский на основе учения когнитивистики о различиях между процессом и результатом процесса противопоставляет их особенности следующим образом:

Дискурс представляется как «процесс речепроизводства в звуковой форме», а текст как «результат процесса речепроизводства в графической форме».

Дискурс является спонтанной речью «в конкретной ситуации с учетом вербальных и невербальных средств», а текст предстает как «опосредованная (обработанная) речь».

Дискурс дает возможность личного контакта между коммуникантами, а текст характеризуется отсутствием личного контакта между коммуникантами.

Дискурс способствует порождению и восприятию речи «в условиях единства пространства и времени», а текст предстает как «порождение и восприятие речи в различных пространственных и временных условиях».

Дискурс представляет «два автора при постоянной смене ролей «говорящий-слушающий» (двусторонний дискурс)», а текст принадлежит одному автору — хозяину речи «при неполной коммуникативной ситуации» [7, с. 45].

Анализируя выше сказанное, по А.Е. Карлинскому, дискурс представляет устную речь с обязательным личным визуальным и слуховым контактом между коммуникантами (при их обмене ролями в дискуссии, беседе и др.), «в условиях единства места и времени», а текст — письменную «целенаправленно обработанную» речь одного автора без непосредственного контакта коммуникантов с большим разрывом во времени и пространстве между его написанием и пониманием [7, с. 22].

Конституирующим фактором текста является то обстоятельство, что он предназначен не только для передачи, но и для хранения информации. Это сообщение не только сиюминутного контакта, но и коммуникация через века и расстояния.

Границы текста определяются замыслом автора и в письменном тексте маркируются графически. Текст —

внутренне связанное законченное целое, обладающее идейно-художественным, или, как писал Л.С. Гумилев, эйдологическим единством. Для текста свойства выделенности и цельно-оформленности обеспечиваются множеством средств. Внешняя целостность текста сигнализируется материально помещением в отдельной книге или на отдельном листе, наличием заглавия, указанием имени автора, указанием в оглавлении другими традиционно закрепленными средствами, которые с течением времени могут меняться.

Признак целостности и структурированность придает особый смысл даже тексту, состоящему из абсурдных слов, в том случае, если он построен по определенным стихотворным и грамматическим правилам.

Таким образом, суммируя все выше сказанное мы можем прийти к следующим заключениям: под текстом понимаются связные языковые конструкции, созданные согласно принятым для того или иного типа схем, под дискурсом — различные реализации текста в интеракции коммуникантов, происходящей в определенной коммуникативной ситуации.

Литература:

1. Бисималиева, М.К. О понятиях «текст» и «дискурс»/Филологические науки. 1999. — № 2. — с. 78–85.
2. Teun, A. van Dijk Elite Discourse and Racism. London: SAGE Publications, 1985. vol. 6.
3. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. — М.: Наука, 1988. — 341 с.
4. Кубрякова, Е.С. Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. — М.: Наука, 1991. — 240 с.
5. Чернявская, В.Е. Интертекстуальность как текстообразующая категория в научной коммуникации [Текст]/В.Е. Чернявская: дис.... д-ра фил. наук, СПб, 2000. — 448 с
6. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: Монография/Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т. — Москва-Волгоград, 2000. — 368 с.
7. Карлинский, А.Е. Принципы, методы и приемы лингвистических исследований. Алматы, 2003 г. — 184 с.

The Dynamic Evaluation Research on College English Writing Teaching

Tian Fengjuan, associate professor, Public Foreign Language Teaching and Research Department of Changchun University (China)

Liu Xiaozheng, master, lecturer

Foreign Language School of Changchun University (China)

Тянь Фэнцзюань, магистр, доцент;

Лю Сяочжэн, магистр, старший преподаватель

Чанчуньский университет (Китай)

Now, writing has become the way of language input in the school, as well as an indispensable part of college teaching. But there are some problems of deviations and process simplification for students and teachers when understanding the English writing, which have become the weak link of college English teaching and students' learning. Therefore, this paper analyzes the cause of college English writing, and puts forward some concrete measures to improve college English writing.

Key words: English; writing teaching; writing measure.

This paper will briefly outline the concept of dynamic evaluation, and at the same time, analyze and introduce the current situation of college English writing teaching activities. At last, the paper will also give a comprehensive analysis of the construction of the dynamic evaluation system of

college English writing teaching, so as to improve the level of English writing teaching overall, and further improve the students' ability to write English. In addition, the author hopes that this paper can provide reference for the related research scholars as well as the educator.

Concept of Dynamic Evaluation

Dynamic evaluation is a kind of interactive evaluation model, which is often used in educational research activities. While this evaluation model comes from the theory of society and culture, and evaluates students' learning situation and change based on the concept of intelligence, so as to understand their change of cognitive ability, dynamic cognition, and learning transfer. This evaluation method is often used in the whole teaching process. Based on dynamic evaluation content teaching, teachers can constantly adjust the course design and implementation methods, at the same time, students can also learn by constantly adjusting method and learning goals. In addition, the scope of dynamic evaluation is not only the course teaching, but also the students learning emotion, application of learning strategies, problems exist in teaching activities, and learning progress, so as to adjust the teaching work and learning plan. Besides that, dynamic evaluation is a teaching method with reflective characteristic, whose purpose, in fact, is to improve the students' subjective initiative and potential, thus promoting the students participate in the socialist construction activities.

In a word, dynamic evaluation reflects the following ideas: education's main goal is not to investigate whether there are learning problems of students, but to know the detailed reason of these problems, so as to help them to set up new learning goals, make their ability constantly go beyond the current level, thus improving the students' comprehensive quality and ability, and better participate in the socialist construction activities better.

Present Situation of English Writing Teaching in College

The Understanding Changes of Writing of Teachers

Because of the different understanding of college English writing, people should give the corresponding assessment methods, as well as the teaching methods. According to the current teaching situation, there are two kinds of typical teaching methods, that is, the process writing method and the finished writing method. Among them, the finished writing method is based on the final writing of students to assess whether it a success or failure. The two detail handles are as following:

First, the teachers need to teach the students some important grammar rules, rhetorical devices, writing skills and so on before their beginning to write, and give some analysis and examples. During this, the focus of the explanation should on writing skills and grammar rules. Secondly, guide students make self-practice in accordance with the instructional paradigm. Thirdly, evaluate students' final writing, and the key content of evaluation should also be their structure and grammar. Although the purpose of this writing teaching method is to ask students to pay attention to writing skills and grammar, the students will still make the same problems. This is because that the teachers pay too much attention to writing in the writing teaching activities, ignore

the content of their writing, which makes the students only master the writing skills in the process of teaching, while writing ability can not be effectively improved. In addition, process writing method is the result of the creative writing teaching method, which means that the teaches guide the students to revise and think their own writing, and then extract the subject matter from the subconscious, thus both the students' writing skills and quality will make a progress. At the same time, colleges have to establish a sound evaluation and monitoring system, so as to find the problems existing in writing teaching activities, and perfect the teaching design and learning methods, finally reach the goal of improving the students' positivity in English writing.

Changes of the Way of Writing Assessment

Through the constantly digging of writing teaching model, the author finally discusses some effectively correcting method which can improve students' writing proficiency, the recent English writing correcting method will be introduced one by one as following:

First, about rewriting or rewriting a composition. Teachers point out the existing problems in the works of English writing teaching through approving and examining students' works, and make students rewrite at the same time, so as to effectively change the correcting way of traditional English works, so that students can clearly recognize the problems in their English writing. Secondly, about the correction method of minimum margin. This correction method refers to pointing out mistakes in the students' English writing, so that students can be in error correction, which is not only conducive to the students to be aware of their own writing, but also be helpful to raise students' language ability and self-correcting ability. Thirdly, analysis on review wording. With the development of individual students, teachers need to strictly control the writing comments wording to students, otherwise it will hit the students' writing enthusiasm and confidence. Therefore, teachers should evaluate more highlights in their English writing, in order to improve the students' writing interest. Fourthly, the same teacher should have unified writing teaching standard. If the teachers have different evaluation methods to students' English writing works, students will have no idea how to adjust the way of English writing, thus seriously affect students' English writing ability. Fifthly, correct English writing works with each other. This method can not only be conducive to enhance the feelings between the students, also enrich the students' writing style. Besides that, it can also make students recognize their shortcomings each other in English works, and learn the advantages of others, finally improve their English writing level.

Construction of the Dynamic Evaluation System of College English Writing Teaching

Construction Principle

Combine evaluation and writing teaching

The theory of dynamic evaluation points out that the English evaluation and teaching activities can't be separated. Only in this way, can the improvement of students' comprehensive ability be realized. Therefore, teachers need to as-

sess evaluation with writing teaching, and correctly guide students better to achieve all-round development. In this process, English teachers should give different teaching designs and evaluation methods for students' different writing skills, so that all the students' writing ability will be further improved.

Interactive teaching design of the evolutionary and serialization

There are two dynamic evaluation models according to the current point of view, namely intrusive methods of dynamic evaluation and interactive methods of dynamic evaluation. The two dynamic evaluation models are involved in English teaching activities by different methods. Among them, the former dynamic evaluation model should get start in accordance with the prepared suggests steps, while the later dynamic evaluation model is a open communication method between the teachers and students. Therefore, the future English writing teaching activities should combine intrusive with interactive dynamic assessment method, so that teachers can find out the students' learning problems and provide effective intervention support in time.

Improve Interactive Mode

Under normal circumstances, there are some students who have some learning disabilities during the interactive mode of learning English. In order to avoid this problem, the teachers need to intervene and guide this teaching process. At the same time, when designing the construction of the dynamic evaluation system of college English writing teaching, people should explore some interactive methods, and constantly improve the interactive mode, so as to effectively control the emergence of learning disabilities.

Evaluation Model and Design of Intervention Activities

After learning the above construction principles, in order to make the evaluation activities run through college students' writing process, teachers need to use current science and technology network application, as well as the process writing method. Besides that, the teachers should also design different teaching mode according to students' characteristics, so as to reach the teaching goals, and further improve their English writing ability.

The Formulation of the Dynamic Evaluation Criteria

In order to make the dynamic evaluation model better be used in the teaching of College English writing, it is needed to provide the corresponding auxiliary means, so as

to improve the students' writing level in writing teaching. The paper will develop a comprehensive dynamic evaluation standard for analysis and introduction as following.

First, the teachers need to continuously refine the composition correcting standard, and evaluate from the ideological content, language expression, and overall structure of the English writing works. Secondly, review and score the students' manuscript, understand the their change in writing ability, thus correctly guide students to carry out the English writing and improve their English writing ability according to the found problems. Finally, give points separately from the plus and minus two aspects of the students, such as cut points appropriately with improper grammar and wrong words in writing, and mark clearly both positive and negative score in the middle of the article, so as to make the students clearly know their own loss and gain.

Teachers need pay more attention to these advanced theories of writing throughout the whole learning process. Besides that, teachers should not only consider the writing skills as well as the process of writing in their daily writing, but also urge students to increase their corresponding experience after school, thus strengthen the students' creativity. In addition, the teachers should properly improve the evaluation method of composition, the discourse structure, and provide different materials according to different levels of students.

Conclusion

In summary, the application of dynamic evaluation in College English writing teaching can effectively innovate the traditional English writing mode, and teachers can also adjust teaching design according to the students' writing situation. At the same time, students can also continue to update their learning objectives, so as to improve their level of English writing. Therefore, it is very important for the students to improve their English writing ability. In this paper, the author gives a simple overview of the concept of dynamic evaluation, and makes a statement and analysis of the current situation of the college English writing teaching. In addition, this paper also explains how to construct the dynamic evaluation system of College English writing teaching, so as to comprehensively improve the level of students English.

References:

1. Wang fen, Zhang Na (2012). Foreign Language Department Henan Institute of Science and Technology Xinxiang Henan, China. Studies on college English Writing Teaching Based on Blog. Information Technology and Computer Science (pp. 78–79).
2. Vytgotsky, L (1998). The problem of age. In R. Rieber (ed.). The Collected Works of L. S. Collected Warks of L. S. Vytgotsky, Vol. 5. Child Psychology. New York: Plenum (187–206).
3. Huang Yuanshen (2007). Good writing is written: English teaching (2). Foreign Language World (pp. 58–62).
4. Zeng Yongqiang (2012). Procedural writing assessment model. Fujian: Foreign language (136–139).
5. Wang Chuming, Niu Runying, Zheng Xiaoxiang (2007). Write to learn: reform experiment of English writing teaching. Foreign Language Teaching and Research (pp. 24–25).

МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЖУРНАЛИСТИКА, СМИ

Роль медиакритики в формировании экологии современного информационного пространства

Захарова Марина Вадимовна, преподаватель, аспирант
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

В сентябре 2014 года в Краснодаре на факультете журналистики Кубанского государственного университета впервые состоялась конференция «Селезневские чтения», в которой приняли участие известные российские и зарубежные писатели, журналисты и критики. Посвящена конференция творчеству критика Юрия Селезнева, который оставил нам свои книги, публикации, а главное — удивительно созвучные нашему времени мысли о силе русского духа и величии русской души, высказанные еще те годы, когда советская идеология последовательно и наступательно обезличивала все русское. Он верил — только сохранив наши традиции и культуру, мы не потеряем себя как нация и великая страна. Он был одним из самых стойких бойцов за русское дело.

В своих работах о литературе Ю. Селезнёв неоднократно акцентировал внимание на сохранении истории, культуры, литературы и природы как части русского мироуклада. Сохранение природы по Селезневу — это сохранение национальной культуры, особенностей русской души, развитие патриотического самосознания.

С полной уверенностью можно сказать, что Юрий Селезнев стоял у истоков формирования *именно экологического сознания*, пропагандировал бережное отношение к культурному наследию нашего общества.

Идеи Селезнева особенно актуальны сегодня в начале XXI века, **в эпоху, которая ознаменована формированием принципиально новой глобальной информационной среды**. Появление новых средств массовой информации позволило соединить между собой разные виды человеческой деятельности, разделенные пространством и временем. Непрерывно мы находимся в потоке разнообразной информации, объем и количество источников которой в наши дни все увеличиваются. Мы не представляем уже жизни без компьютерной сети, сотовой связи, газет и журналов, радио, телевидения и кино.

Именно в связи с этим особое значение приобретает мысль, высказанная Юрием Селезневым в ходе дискуссии на конференции «Классика и мы», проходившей 21 декабря 1977 года в Москве: «...На планете уже давно началась третья мировая война..., она идёт при помощи

гораздо более страшного оружия, чем атомная, или водородная, или даже нейтронная бомба. Здесь есть свои идеологические нейтронные бомбы, своё химическое и бактериологическое оружие. И эти микробы, которые проникают к нам, те микробы, которые разрушают наше сознание, эти микробы гораздо более опасны, чем те, против которых мы боремся в открытую. Так вот, я хочу сказать, что классическая, в том числе и русская классическая литература, сегодня становится едва ли не одним из основных плацдармов, на которых разгорается эта третья мировая идеологическая война. И здесь мира не может быть, ... и я думаю, не будет до тех пор, ... пока мы не осознаем, что эта мировая война должна стать нашей Великой Отечественной войной — за наши души, за нашу совесть, за наше будущее, пока в этой войне мы не победим» (Цит.: Москва. — 1990. — № 3).

Конечно же эта мысль, высказанная критиком, была встречена неоднозначно и это привело к тому, что литературная полемика переросла в бурное обсуждение общих национальных проблем того времени.

В наши дни именно это смелое высказывание Юрия Селезнева воспринимается особенно актуально в связи **с проблемой формирования медиакультуры**, как современного общества в целом, так и **медиакультуры каждой отдельной личности**.

В последние десять лет **проблемы «медиа»** находится в центре внимания российской общественности, науки и образования. Обусловлено это тем, что одним из главных условий становления гражданского общества и успешного развития государства является формирование диалогового взаимодействия между личностью и властью, социокультурными и политическими силами. Ведущая роль в успешном осуществлении такого диалога принадлежит масс-медиа.

В нашем языке в качестве синонима слова «медиа» широко используются термины «средства массовой информации» (СМИ) и «средства массовой коммуникации» (СМК), в которых содержится идея связи между разными структурами общества и мира в целом.

Существует множество точек зрения относительно проблемы медиа, а также проблемы экологии современ-

ного информационного пространства. Так, одни видят в масс-медиа источник знаний, другие — помеху в образовании и воспитании; медиа является и средством всестороннего развития личности, и фактором разрушительным.

Признавая важную роль СМИ в процессе образования и формирования медиакультуры подрастающего поколения, необходимо системно и грамотно выстроить отношения юных потребителей информации с огромными ресурсами газет, журналов, кино, сети Интернет. Потреблению информации надо учить так же терпеливо и продуманно, как музыке и живописи. Этому направлению в педагогике дано определение: **медиаобразование (media education)** — образование, связанное со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; **обеспечивает человеку знание того, как:**

- анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты;
- определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;
- интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
- отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обращения заинтересованной в них аудитории;
- получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции.

Идея комплексной Программы медиаобразования, охватывающая разные категории детей, подростков, студенческой молодежи, учитывающая разные условия их обучения и воспитания сегодня возведена в ранг государственной образовательной политики.

В выработке новой информационной культуры россиян, то есть медиакультуры, сегодня принимают участие не только государственные институты образования и просвещения, но и общественные структуры, СМИ, располагающие большим потенциалом распространения знаний. Так, особая область журналистики — **медиакритика** — призвана органично дополнять усилия образовательных и просветительских институтов в формировании общественной культуры рационально-критического анализа и адекватного восприятия содержания СМИ, в развитии гражданской активности по отношению к печатной и электронной прессе.

Медиакритика — это деятельность по изучению функционирования средств массовой информации и ме-

диапродуктов (газеты, журналы, фильмы, листовки, реклама, PR, то есть любой информации рассчитанной на массовую аудиторию) на общество в целом и отдельных индивидов в частности с позиций позитивного и деструктивного воздействия. Познание и оценка медиа осуществляется на основе критического мышления с привлечением методов различных наук (лингвистики, философии, социологии, психологии, политологии, истории, конфликтологии, семиотики, аксиологии и т.д. Данное направление сформировалось в рамках **медиаобразования** (см. работы А.В. Фёдорова), которое известно как **теория критического мышления**.

В современных условиях, когда наука зачастую не поспевает за переменами в медийной сфере, именно **медиакритика** с ее нацеленностью на оперативное познание и оценку актуальных вопросов социального функционирования средств массовой информации обеспечивает осмысление новых явлений и тенденций, отделяя «зерна от плевел», помогая сориентироваться в нынешнем противоречивом развитии не только массовой аудитории, но и профессионалам печатной и электронной прессы.

Одной из важных и актуальных общественных задач является сегодня преодоление, формирующегося в условиях информационного рынка, сугубо потребительского отношения публики к средствам массовой информации. Восприятие аудиторией информации непосредственно зависит от *способности к активному творческому освоению содержания СМИ*, его логической переработке. Потребление медийного содержания, лишённое активного интеллектуально-творческого начала, существенно сужает познавательные возможности аудитории, обедняет ее восприятие.

В конечном счете, **медиаобразование и медиакритика призваны расширить число людей, обладающих качествами сознательных участников коммуникационных процессов**, способных оказывать реальное влияние на СМИ, активно и творчески участвовать в формировании гражданского общества в России.

Во многом родственная **медиаобразованию** и способная участвовать в реализации его целей, **медиакритика** кроме выполнения задач «интеллектуальной самообороны» общественности, лежащих в основе наиболее радикальных идей медиаобразования, выступает и как важный компонент общего социокультурного образования и формирует «экологию медиапространства» современного информационного общества. Именно **медиакритика способна** поддерживать на уровне государства печатные СМИ, ведь от этого зависит информационная безопасность страны.

Литература:

1. Кириллова, Н. Б. Зачем нужна медиакультура // Уральский Федеральный округ. — 2004. — № 1.
2. Короченский, А. П. Регулятивная роль медиакритики / Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России». — М., 2004.
3. Реснянская, Л. Двусторонняя коммуникация: общественный диалог. — М., 2001.
4. Федоров, А. В. Терминология медиаобразования // Искусство и образование. — 2000. — № 2.

Влияние анимационных фильмов на детскую аудиторию (нравственный аспект)

Крат Валерия Александровна, учащаяся 11 класса
МБОУ Рассветовская СОШ (Ростовская обл.)

Научный руководитель: Былкова Светлана Викторовна, кандидат филологических наук, доцент,
преподаватель русского языка
Донской государственный технический университет

Да, что знаешь в детстве — знаешь на всю жизнь, но и чего не знаешь в детстве — не знаешь на всю жизнь.

М.И. Цветаева

Мультфильмы занимают центральное место в детстве каждого ребенка. Они не только передают сложившиеся в течение многих поколений представления о ценностях, особенностях, традициях национальной культуры, но оказывают существенное влияние на формирование картины мира детей, их представлений о нравственных нормах взаимодействия. Таким образом, сегодня именно анимационные фильмы оказывают максимальное влияние на формирование мировоззренческих установок детей. И если учесть тот факт, что родители предпочитают усадить ребенка за просмотр очередной серии мультфильма, нежели читать сказку, то можно предположить, что именно от создателей мультпродукции зависит будущее нашей страны. Кроме того, наш мир стал более интегрированным и мультфильмы, созданные в одной стране, транслируются в других странах, поэтому, точнее было бы утверждение: от создателей мультфильмов и работников министерств, отвечающих за образование и культуру нации, зависит будущее мира. Таким образом, можно рассуждать о мультфильмах как о важном условии процесса социализации, влияющем на образование системы ценностей детей. В связи с этим важным становятся вопросы о том, что же привлекает современных детей, какие мультфильмы вызывают наибольший интерес, а соответственно и то, что в героях представляется привлекательным.

Актуальность темы исследования очевидна. Без погружения в мир мультипликации не растет ни один ребенок. Неважно, какой у него цвет кожи, кто его родители, каков материальный достаток семьи. Важно, **что** смотрит маленький человек и **каким** он будет после знакомства с героями ирреального мира. Дети смотрят мультфильмы иностранного и отечественного производства, причём многие ребята предпочитают подвижным играм и чтению просмотр анимационных сериалов.

Мы обратили внимание на то, что в последнее время дошкольники и школьники отдают предпочтение зарубежным мультфильмам, упала популярность любимых не одним поколением отечественных «мультишных» героев.

Стало интересно: какие же мультфильмы смотрят современные дети и подростки? Какие герои мультфильмов сегодня поражают их воображение?

Поэтому *объект исследования* — мультфильмы отечественного и иностранного производства, а *предмет исследования* — социально-психологические характеристики героев мультфильмов, выбранных участниками опроса.

Цель исследования — изучить популярные мультипликационные фильмы и определить роль российских и зарубежных мультфильмов в формировании мировоззрения детей и подростков, а также выявить взаимосвязь между моделями поведения героев мультфильмов и поведением детей-зрителей.

Для реализации названной цели необходимо было решить ряд *задач*:

- 1) провести опрос среди детей школьного возраста с целью выявления популярных мультфильмов и определить идею каждого мультпродукта;
- 2) выяснить роль мультипликационных фильмов в воспитании детей и определить, какие опасности скрывает в себе выдуманный мир мультипликации; какие из западных мультфильмов влияют на тревожность и агрессивность подрастающего поколения.

Для решения первой задачи был проведен опрос среди детей школьного возраста и их родителей. В его основе лежало письменное анкетирование, в котором приняли участие 213 учеников, среди которых 99 девочек и 114 мальчиков, и 135 взрослых (29 пап, 106 мам).

В ходе работы были использованы различные методы, среди которых преобладали методы анализа и синтеза, анкетирования, статистического подсчета.

Начиная работу, мы выдвинули несколько гипотез:

1. Современные дети и подростки предпочитают мультипликационные фильмы зарубежных производителей.
2. Мультфильмы российского и иностранного производства, в которых больше добра способствуют гармоничному развитию ребенка, а те, в которых много насилия, развивают у детей тревожность, страхи, неуверенность в себе.

Каждая из этих гипотез впоследствии была подтверждена ответами интервьюируемых ребят и взрослых.

Рассматривая мультфильмы как культурное явление, можно сказать, что все они, подобно цивилизациям, имеют свои особенности и характеристики, формирующиеся в зависимости от менталитета. Стоит обратить внимание на то, как легко и просто относятся аме-

риканцы к насилию, как легко поднимают щекотливые темы, еще ненужные детям (the Simpsons). Практически в каждом мультфильме герои бьют друг друга по голове, используют ненормативную лексику. Насилие и жестокость на экране вызывают у ребенка два вида реакции: либо страх, ночные кошмары и нервозность, либо инфантильное, равнодушное отношение к страданиям других людей. Но это вовсе не значит, что все зарубежные мультфильмы вредны детям. Просто мультфильмы бывают очень разными и необходимо выработать правильную стратегию по выбору подходящих фильмов с учетом принятых в семье правил и ценностей, а также интересов и увлечений ребенка, а главное: с учетом возрастной психологии.

Какие же мультики чаще покупают взрослые для своих детей? Опрос показал, что большинство покупок — это зарубежные новинки. Почему родители предпочитают знакомить своих детей с западными картинками? Согласно ответам, многие из них имеют следующие признаки:

1. Детям не хочется смотреть российские мультфильмы после остросюжетных и красочных иностранных (88 %).
2. Они очень яркие, действие происходит очень быстро. (75 %)
3. Простой понятный сюжет, повторяющийся во всех мультиках. (50 %)
4. Значение речи для понимания мультика сведено к минимуму. (50 %)

Показательной является первая позиция. Действительно, дети выбирают мультики по принципу красочности и интереса, моды в классе или школе. Почти половина иностранных мультиков строится по старому, проверенному принципу: завязка — кульминация — развязка. Преступление — расследование — наказание. Поэтому главные темы американских фильмов — конфликты и преступления.

Дети смотрят мультики и неосознанно перенимают ценности и модели поведения, а их герои являются яркими объектами подражания.

К сожалению, современные мультипликационные фильмы по своим воспитательным функциям сильно уступают советскому мультипликационному кинематографу (См. Табл. 1).

Таким образом, многие транслируемые сегодня западные мультфильмы построены психологически, педагогически или этически безграмотно и могут иметь опасные для ребёнка последствия. Признаки «вредного мультика» представлены в Таблице 2:

Хотелось бы обратить внимание на то, что ребенок практически всю информацию воспринимает в виде образов. И самый важнейший из них — образ девочки, девушки, женщины. Глядя на героинь мультфильмов, девочки впитывают модель своего будущего сексуального поведения. А у мальчиков формируется образ женщины, которую он будет выбирать в качестве матери своих детей. В Таблице 3 показано, как «работает» женский образ в «неправильных» мультфильмах.

Таблица 1

Сравнительно-сопоставительная характеристика современных мультфильмов

Отечественные мультфильмы	Зарубежные мультфильмы
1. Содержат мораль. («Фиксики», «Ну, погоди!», «Смешарики»)	Часто аморальны. («Шрек», «Шрек 2», «Симпсоны», «Уми-Зуми», «Утиные истории»)
2. Неотъемлемая часть — отрицательный персонаж, который обычно имеет свои причины быть злым. Таким образом, этот персонаж вызывает у ребенка чувство сострадания. («Аленький цветочек»)	Отрицательный персонаж часто не имеет причин быть злым. («101 далматинец», «Русалочка», «Золушка», «Трое из Простоквашино»)
3. Другим героям удается перевоспитать «плохиша». («Смешарики»)	Отрицательный персонаж не всегда меняется в лучшую сторону. (Большинство западных мультфильмов)
4. Воспитывают нравственность, эстетический вкус и любовь к труду. К нравственному воспитанию можно отнести предлагаемые модели поведения, которые учат ребенка, как надо и как не надо поступать в разных ситуациях, как надо добиваться цели. («Барбоскины», «Смешарики»)	
5. Учат ребёнка сопереживанию, уважению, дружбе. Эстетическое воспитание происходит благодаря бережному отношению героев к природе, восхищению ею, уходу героев мультиков за животными. («Кот Леопольд», «Просто так»)	Друзья часто оскорбляют друг друга, дерутся, предают дружбу. («Клуб Винкс», «Чародейки» и др.)
6. Готовят ребенка к взрослой жизни, показывая, что труд и усилия вознаграждаются, а лень не приводит к добру и осуждается. («Морозко», «Аленький цветочек», «Волшебник Изумрудного города», «В Стране невыученных уроков»)	Чаще всего показываются ленивые персонажи.

Таблица 2

Характерные черты опасных мультфильмов

Признаки «вредного мультлика»	Последствия просмотра	Герой	Мультфильм
1. Главные герои мультфильма агрессивны, они стремятся нанести вред окружающим, нередко калечат или убивают других персонажей, причём подробности жестокого, агрессивного отношения многократно повторяются, детально раскрываются, «смакуются».	Проявление жестокости, безжалостности, агрессии ребёнком в реальной жизни.	Том и Джерри	«Том и Джерри», в нём распространены сцены неуважительного отношения к людям, животным, растениям.
2. Показано безнаказанное глумление, например, над старостью, немощностью, беспомощностью, слабостью.	«Воспитательный» эффект систематического просмотра подобных мультфильмов не заставит себя ждать.	Том и Джерри, Маша	«Том и Джерри», «Маша и Медведь»
3. Используются несимпатичные, а порой даже уродливые герои. Для ребенка внешность куклы-мультяшки имеет особое значение (положительные персонажи должны быть симпатичными или даже красивыми, а отрицательные — наоборот).	В случае, когда все персонажи ужасны, уродливы, страшны вне зависимости от их роли, у ребёнка нет четких ориентиров для оценки их поступков.	Шрек Монстер Уай Миньоны	«Шрек», «Шрек2» «Монстер Уай» «Гадкий я»

Таблица 3

Женский характер в «опасных» мультфильмах

Название	Вредная черта	Последствия
«Красавица и чудовище», «Алладин», «Клуб Винкс», «Рапунцель»	Жестокость, взрослость и чрезмерно выраженные физиологические особенности. Попутно высмеиваются качества целомудрия, скромности, романтизма, бескорыстие.	Систематический просмотр таких мультфильмов ведет к угасанию функции рода. Ужасающие постулаты откладываются в голове у маленькой зрительницы «Хочешь быть бедной, толстой — становись матерью», «Если хочешь оставаться веселой цветущей красавицей — не рожай!».

Таблица 4

Гендерные предпочтения младших и средних школьников в выборе мультфильмов

Мальчики (114 человек)	Девочки (99 человек)
«Король Лев», «Том и Джерри», «Иван Царевич и Серый Волк», «Маша и Медведь», «Алёна Попович и Тугарин Змей», «Мадагаскар», «Гадкий я», «Блич», «Наруто», «Трансформеры», «Тачки», «Шрек», «Валли». «Том и Джерри», «Супермен», «Бэтмен», «Человек Паук», «Покемоны», «Волшебник Изумрудного города», «Чип и Дейл».	«Маша и Медведь», «Аленький цветочек», «Винни-пух», «Золушка», «Волшебник Изумрудного города», «Монстер Хай», «Винкс», «Король Лев», «Том и Джерри», «Иван Царевич и Серый Волк», «Вуди и его друзья», «Маугли», «Алладин», «Микки Маус», «Сейлормун», «Красавица и чудовище», «Ну, погоди!», «Белоснежка и семь гномов».

На первом этапе своего исследования мы поставили перед собой задачу — выяснить, какие именно мультфильмы вызывают наибольший интерес среди опрашиваемых мальчиков и девочек, обучающихся в начальной и средней школе, и существуют ли различия в их предпочтениях? В Таблице 4 отражены предпочтения школьников и школьниц.

Анализируя выбор школьников, следует, отметить тот факт, что некоторые из них, в частности русские («Золушка», «Аленький цветочек», «Волшебник Изумрудного города»), не имеют гендерного характера, не предназначены для просмотра конкретно мальчикам или девочкам. И их специфика заключается в единении интересов обоих полов. Т. е. прослеживается

Любимые мультипликационные герои

Место	Мальчики (114 человек)	Девочки (99 человек)
1.	Медведь, Волк, Лев, Том, Джерри («Том и Джерри»), Человек Паук, Манок, Геодуд («Покемоны»), Осел («Шрек»), Черепаха.	Багира, Золушка, Вуди (девочка), Сейлормун, Элли, Белоснежка, Младшая Дочка («Аленький цветочек»), Лиса.
2.	Это либо покемоны, такие как Голден, Персея, Дратини, либо Дракониха («Шрек»), либо Лиса, которая хитра и всех обманывает.	Маугли, Вуди, Маша, Папа («Аленький цветочек»), Медведь, Принц («Золушка»), Аладдин, Бэмби, Заяц («Ну, погоди!») и трое затруднились ответить.
3.	Нет однозначного ответа, но только «мальчик».	Заяц («Маша и Медведь»)

гармоничное сочетание нескольких историй в одной, где каждый волен заострять свое внимание на том, что наиболее интересно для него. И для девочек — это часто повествование о чудесах, о любви, а для мальчиков — о сражениях, о походах на врага и т.д. При этом всегда происходит невольное усвоение и других течений в повествовании. В результате можно увидеть более разностороннее развитие ребенка, формирование у него способности понимать логику поведения героев и рассуждать о том, что не составляет ядро, основу твоих собственных интересов. Отсюда и способность понимать других людей, учитывать, принимать их точки зрения, интересы. Большинство современных мультфильмов, выбранных участниками опроса, наоборот, к сожалению, весьма однобоко, ограничено как в сюжете, так и в сути. И это лишний раз подтверждается достаточно яркой выраженностью разделения интересов у мальчиков и девочек. Это разделение повлекло за собой и различия в выборе «идеального» или «любимого» героя, которые представлены в Таблице 5.

Таким образом, для мальчиков на первом месте оказались герои, олицетворяющие храбрость, силу, смелость и мужество. Лишь 3 мальчика смогли выбрать какого-нибудь сказочного героя женского пола, более ли менее «достойного» такой чести. Но все участники опроса уделяли внимание не феминным, а маскулинным качествам представительниц женского пола, что еще раз подчеркивает особую значимость данных характеристик для мальчиков. Двое затруднились дать однозначный ответ, но отметили, что это непременно должен быть «мальчик» и ни в коем случае не девочка.

Для девочек на первом месте оказались героини, символизирующие красоту.

Следует заметить, что в случае выбора наиболее любимых героев, девочки отдавали предпочтение персонажам своего пола. Лишь одна из опрошенных девочек предпочла Зайца Маше («Маша и Медведь») и то, только по причине особой заинтересованности в данном персонаже даже не как в сказочном герое, в некоем образе, а как в конкретном животном, о котором девочка давно мечтает. Т.е. в этом случае не наблюдается идентификации, отождествления себя с героем как с образом.

При этом хотелось бы заметить, что страстное увлечение мальчиков своими героями должно вызывать опасения. Стремление быть мужественными, силь-

ными, непобедимыми вполне естественно для ребят в этом возрасте, но необходимо помнить о целях, которые ставят перед собой взрослые, воспитывая у младшего поколения эти качества. Нельзя забывать о том, что нужно сохранять в целостности и непротиворечивости не только ценности общества, но и собственно человека. Надо демонстрировать детям **как, когда, зачем, почему, для кого** необходимо проявлять силовое, физическое принуждение. Нужно учить их бороться со злом не только кулаками. Но просматривая современные мультфильмы, понимаем, что порой нужно начинать с самого простого, а именно, с определения добра и зла, с объяснения, что сражение, драка всегда должны иметь какой-то смысл, предназначение, что это не способ развлечения.

Мы пришли к выводу, что физические особенности, часто упоминаемые мальчиками в единстве с социально неприемлемыми характеристиками, в большинстве случаев свидетельствуют о стремлении ребят подавлять остальных, побеждать в любых ситуациях. Выясняя аргументы школьников в защиту своего мнения, мы обнаружили, что многие из них боятся войны, ребят во дворе и других угрожающих факторов, а современные мультфильмы приводят их к убеждению, что если есть сила и суперспособности, то никакие беды не страшны и всех и все можно победить. Дети так и заявляли: *«Лучше я буду страшней, сильнее и злей, тогда меня никто не тронет»*. (Тимофей, 11 лет).

Поэтому они и выбирают мультфильмы, в которых непременно побеждает сильнейший, причем он не всегда является положительным героем. 83% опрошенных нами мальчиков выбирают, согласно демонстрируемому мультфильмам, метод борьбы с трудностями и страхами только при помощи кулаков, не рассматривая другие способы достижения мирных решений. А ведь если вспомнить, то существует огромное количество мультфильмов, созданных именно с этой целью. Например, в отечественном мультфильме «Кот Леопольд» дружба и мир с мышами были достигнуты при помощи терпения, способности прощать своих врагов, умению идти на компромисс. Но почему-то на телевизионных каналах старые, добрые отечественные мультики практически перестали показываться. Надо сказать, что большинство детей, выбирающих насильственный способ решения проблем из неблагополучных семей, поэтому мультики, с подобными ценностями, нормами пове-

Таблица 6

Антигерои мультипликации (выбор школьниц)

Отрицательный персонаж	Аргументация интервьюируемых девочек
Волк («Красная Шапочка»)	Съел бабушку.
Змея («Кунг-фу Панда»)	Ворчит, делает замечания другим героям, исправляет их, критикует их поступки.
Джонни Браво («Джонни Браво»)	Слишком себя любит, глупый, хоть изредка и способен принимать продуманные решения.
Слон («Слон и Муравей»)	Самовлюбленный.
Гномик-Ворчун («Белоснежка и семь гномов»)	Ворчит, командует всеми.
Дракон («Шрек»)	Страшный, не умеет говорить.
Старшая сестра («Аленький цветочек»)	Эгоистка, самовлюбленная.

дения, кодексами чести, действуют весьма разрушающе на структуру их личности. Как правило, в таких семьях никто не занимается просвещением, наставительными беседами и ребенок вынужден без всякой поддержки и помощи бороться с трудностями, которые каждый день встречаются у него на пути.

Придя к столь печальным результатам, мы решили выяснить, каков же тогда образ антигероя у детей этого возраста. Ответы девочек мы представили в Таблице 6, в первой колонке которой назвали отрицательных персонажей, а во второй — зафиксировали комментарии девочек о том, почему эти герои «плохие».

Что же касается мальчиков, то ожидаемые результаты нас очень интересовали: какими же должны быть негативные характеристики антигероев у мальчиков, особенно у тех, которые в пример для подражания выбрали не очень-то положительных персонажей. Но прежде, чем рассказать о результатах, представим список названных нелюбимцев в таблице № 7:

Обращает на себя внимание некоторая неоднородность антигероев. Чтобы выяснить причины столь странного порой выбора мы проанализировали ответы ребят относительно характеристик данных персонажей. Надо сказать, что отсутствие ярко выраженных физических данных — весьма весомый аргумент для опрашиваемых школьников.

Такой герой необязательно становится антигероем, но в 95 % случаев не пользуется уважением, особым интересом, а о том, чтобы быть на него похожим и речи быть не может. Вспоминая отечественные мультфильмы, можно отметить, что в них насилия, физического принуждения и постоянной борьбы за власть практически не было, а в тех немногочисленных мультфильмах, в которых подобные элементы все же присутствовали, — это всячески осуждалось и наказывалось.

Итак, мы увидели бесспорное превосходство современных мультфильмов. Дети весьма восприимчивы к специфике подобных продуктов анимационной индустрии, и в их еще формирующейся системе личностных ценностей остаются значительные следы в виде образов героев, которым следует или не следует подражать, чье поведение нужно или наоборот, ни в коем случае, нельзя расценивать как некую модель взаимодействия с окружающим миром. Мы обратили внимание на то, что большинство современных мультфильмов носит гендерный характер, т. е. многие из них предназначены для просмотра мальчиками или девочками. Здесь у детей, в частности у мальчиков, нет возможности получать представления о всем многообразии взаимодействия с окружающим миром, по причине достаточной ограниченности сюжета. Следует отметить, что действительно, в большинстве случаев выбор любимого пер-

Таблица 7

Антигерои мультипликации (выбор школьников)

Отрицательный персонаж	Аргументация интервьюируемых мальчиков
Бабушка («Красная Шапочка»)	Старая, слабая.
Коффинг («Покемоны»)	В теле этого покемона находятся ядовитые смертельные газы.
Эрбок («Покемоны»)	Злопамятный и мстительный.
Волк («Красная Шапочка»)	Съел бабушку.
Симба («Король Лев»)	Слабый, маленький.
Электромет («Человек-Паук»)	Враг Человека-Паука.
Чип («Чип и Дейл спешат на помощь»)	Всегда серьёзен и немного ворчлив.
Слон («Слон и Муравей»)	Самовлюбленный.
Гиены («Король Лев»)	Хитрые, злые.
Мишка Ворчун Гамми («Приключения мишек Гамми»)	Любит поворчать и высказать своё неудовольствие.
Охотник («Красная Шапочка»)	Убил Волка.

Характеристика наиболее популярных мультперсонажей

Герой	Характеристики
Шрек («Шрек»)	Невоспитанный, грубый.
Осёл («Шрек»)	Назойливый, навязчивый, болтливые.
Зебра («Мадагаскар»)	Назойливая, навязчивая, болтливая.
Лев Алекс («Мадагаскар»)	Самовлюбленный.
Алёша Попович («Алёша Попович и Тугарин Змей»)	Трусливый, глуповатый.
Забава («Алёша Попович и Тугарин Змей»)	Эгоистичная, истеричная, не уважающая старших.

сонажа, да и самого мультфильма включает гендерный аспект. Отсюда и характер выделения наиболее привлекательных характеристик героя или героини.

Через мультфильмы ребёнок усваивает определённые модели поведения, способы действий, алгоритмы достижения цели. К сожалению, в современных мультфильмах часто демонстрируется только один способ — агрессия. Стоит ли удивляться тому, что, согласно многочисленным исследованиям, у детей, которые смотрят преимущественно зарубежные мультфильмы, наблюдается повышение жестокости и агрессивности. Просмотрев мультфильм, дети запоминают героев, обладающих определёнными характеристиками. Поэтому крайне важны для осмысления именно типажи главных героев, их основные и сущностные характеристики (См. Табл. 8):

Эти герои становятся «друзьями» детей (часто и в виде игрушек) и ориентирами для подражания, образцами поведения. Один из любимых героев детей — Шрек неоднократно истерично заявляет: «Мне всё равно, что обо мне подумают люди. Буду делать что хочу!». Князь из «Ильи Муромца» постоянно подчёркивает свой статус: «Я князь: что хочу, то и ворочу», он ходит по столу, засыпает лицом в тарелке. А молодая девица Забава — капризная и ленивая, ездит на шее у собственной горбатой бабушки.

Современные мультфильмы позиционируются как лёгкие, весёлые юмористические. Но юмор, представленный в мультфильмах, зачастую злой, грубый, глупый, поверхностный и примитивный. Так, лидером в демонстрации «несмешного» юмора можно считать истории о Шреке: с претензией на юмор показаны си-

туации с причинением боли (Шрек на горке получает удар ниже пояса («Шрек»); птичка лопнула от пения, чтобы принцесса смогла взять яйца из её гнезда на завтрак («Шрек»); птичка отвлеклась и врезалась в стену («Шрек-3»), здесь же юмористически обыгрываются унижительные ситуации: поцелуй в пятую точку («Шрек»). Неприятные сцены можно увидеть и в отечественных мультфильмах, например, князь, император и другие представители правительства постоянно наступают то в экскременты, то в ведро («Илья Муромец»). В «Мадагаскаре» Зебра дарит Жирафу ректальный термометр, герой сначала берёт в его рот, потом с отвращением плюёт. И все эти ситуации показаны с претензией на юмор. Современные авторы анимационных картин представляют смешным то, что ранее порицалось обществом — невоспитанность, неправильное поведение, нарушающее все правила приличия: рыгание, пукание (все части мультфильма «Шрек»); Осёл скидывает одеяло с обнажённого Шрека и восклицает: «О! Прикупил бы ты себе пижамку!» («Шрек-2»); женские трусики, брошенные Льву восторженными поклонниками («Мадагаскар»). Таким образом, дети усваивают, что смеяться можно над болью, унижением, невоспитанностью и пошлостью. Отсюда напрашивается вывод: современные мультфильмы чересчур сложны, в них даже взрослому человеку порой трудно разобраться; они не обладают воспитательным потенциалом, а дезориентируют детей. Многие мультфильмы («Мадагаскар», «Шрек», «Алёша Попович и Тугарин Змей», «Тачки» и др.) не способствуют развитию мышления ребёнка, а приводят к поверхностному, бездумному восприятию.

Литература:

1. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка [Текст]/С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. - М.: АЗЪ, 1995. — 857 с.
2. Емельянова, О. А. Мультики и речь [Электронный ресурс]/О. А. Емельянова. — Режим доступа: <http://www.емельянова-оксана.рф>. — 26.02.2015.
3. Соколова, М. В. Детская психология: Мультфильмы для современных дошкольников. Результаты наблюдений [Электронный ресурс]/М. В. Соколова. — Режим доступа: <http://www.deti-club.ru>. — 14.01.2015.
4. Лалетина, А. Ф. Чему учат советские и современные мультфильмы? [Электронный ресурс]/А. Ф. Лалетина. — Режим доступа: <http://whatisgood.ru>. — 18.12.2014.
5. Герои современных мультфильмов учат наших детей 7-ми грехам [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vizhevske.ru>. — 23.01.2015.
6. Смокин, Л. Чему учат современные мультфильмы [Электронный ресурс]/Л. Смокин. — Режим доступа: www.kislorod-books.ru — 03.03.2015.

ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ

Die Phraseologismen als der Bestandteil der Werbeslogans (auf dem material der deutschen Werbezeitschriften)

Padalka Ruslana Nikolaewna, die Kandidatin der philologischen Wissenschaften
Ratuschna Olena Iwaniwna, die Lehrerin der deutschen Sprache

Падалка Руслана Николаевна, кандидат филологических наук, доцент
Донбасский государственный педагогический университет (Украина)

Ратушная Елена Ивановна, учитель немецкого языка высшей категории
Славянский педагогический лицей (Украина)

Die Werbung ist der Motor des Fortschritts. Wie viele Male hörten wir diesen Satz? Die Werbung verfolgt uns überall in der Straße, im öffentlichen Verkehrsmittel, im Kino, in den Zeitungen und Zeitschriften. Der Fernsehen, der Rundfunk und das Internet sind von den Werbespots überfüllt, die uns mit allen möglichen Mitteln anlocken wollen, mal banal, mal provozierend, mal zum Scherz. Es ist bekannt, dass der Slogan vor allem auf den Menschen gerichtet ist. Jede Ware hat den Werbeslogan, der dazu angerufen ist, um die Aufmerksamkeit des Käufers anzulocken.

Die Phraseologismen spiegeln das historische Weltbild wider, erfüllen die Funktion der lebenswichtigen Verallgemeinerungen, der Erweiterung des Erfahrungsschatzes des Volkes, die emotionalen-expressiven und Bewertungsfunktionen. Die phraseologischen Wendungen, die übertragene, metaphorische Bedeutung haben, helfen bildlich die Gedanken übergeben, machen die Rede stilistisch mehr reich. Ihnen ist auch die Funktion eigen lakonisch und kurz den komplizierten Gedanken zu äußern.

Die Phraseologismen gehören dabei zu jenen sprachlichen Mitteln, die eingesetzt werden, um die stilistischen Effekte zu erzeugen und — daraus folgend — die Aufmerksamkeit zu wecken, Interesse des Empfängers zu steigern. Die Phraseologismen sind eine der Sprachgruppen, die in der Werbung besonders gern verwendet werden. Sie werden in den Werbeslogans sowohl in ihrer phraseologischen oder ihrer wörtlichen Bedeutung als auch mit beiden Bedeutungen verwendet.

Die Aktualität des Themas der Arbeit besteht in der Notwendigkeit der Vertiefung und der Erweiterung des Wissens auf dem Gebiet der Forschung der Phraseologie und im Beweis, wie der Gebrauch der Phraseologismen in unserer Rede wichtig ist.

In den letzten Jahren wird das besondere Genre des Werbetextes der Werbeslogan betont. Der Werbeslogan (das Motto der Firma) ist eine kurze merkende Phrase, die in der markanten, bildlichen Form die Hauptidee der Werbekampagne übergibt. Den Slogan, wie auch den Titel, liest

man öfter, deshalb er soll unerwartet sein, den Eindruck auf den Leser machen, den einzigartigen Handelsvorschlag enthalten, den Vorteil, die Belohnung zu versprechen. Prägnanz, Rhythmus, Reim, Lautmalerei, Gedächtnishilfe und Wortspiel sind nur wenige Elemente, die einen Slogan einem einmaligen und unverwechselbaren Ideenträger machen.

Um also positive Assoziationen zum Produkt zu wecken, bedient sich die Werbesprache neben Bildern, die den Kunden seelisch beeinflussen und somit auch steuern, einer Sprache, die größtenteils sehr künstlich klingt. Das ausdrückliche Ziel der Werbung ist es, bei ihrem Publikum einen Kaufbeziehungsweise Wahlentscheid für das beworbene Produkt auszulösen. Sie soll weiterhin einprägsam sein und Konsumenten anregen, sich für ein Produkt zu entscheiden.

Die Werbung stellt die besondere Art der Kommunikation dar, deren Besonderheit der Faktor der Einwirkung ist, der die Nutzung der besonderen Mechanismen fordert, mit deren Hilfe das Hauptziel jeder Werbung — die Heranziehung der Aufmerksamkeit und die Veranlassung zur Handlung realisiert wird. Dafür in den Werbetexten verwendet man breit die Phraseologismen, die in allen Teilen des modernen Werbetextes sehr verbreitet sind: in den Titeln, den Slogans, den Informationsblöcken.

Phraseologismen bieten letztlich in vielerlei Hinsicht sehr gute Möglichkeiten für die Werbeindustrie, ihre Produkte erfolgreich zu vermarkten und eine Verbindung zwischen Produkt und potentiellern Konsumenten geschickt zu erzielen.

Von uns ist eine Menge der Zeitschriften untersucht, die sehr populär in Deutschland sind. In dieser Arbeit wurden Zeitschriften «Stern» «Auto, Motor und Sport», «Glamour», «Der Spiegel», «Cosmopolitan», «Petra», «Allegra» untersucht. Zeitschriften, die ein höheres intellektuelles Niveau aufweisen, enthalten viele Phraseologismen in der Werbung. Für uns ist es wichtig, dass sie sich auf verschiedene Themenbereiche und Leserschaft orientieren.

In den Zeitschriftslogans werden die Phraseologismen in ihrer gewöhnlichen sprachlichen Form mit der ihnen eigenen Bedeutung oft angewendet, in der Regel für das Streben der Werbemacher die expressive Färbung zu verstärken und die Aufmerksamkeit der Leser zum Werbeergebnis heranzuziehen.

W. Fleischer teilt Phraseologismen nach ihrer morphologisch-syntaktischen Struktur in vier Kategorien. Man unterscheidet substantivische, adjektivische, adverbiale und verbale Phraseologismen.

1. Substantivische Phraseologismen:

adjektivisches Attribut + Substantiv — *blühende Phantasie*

Substantiv + adjektivisches Attribut — *Kaffee komplett*

Substantiv + substantivisches Attribut im Genitiv — *die Spitze des*

Eisberges

Substantiv + präpositionales Attribut — *der Himmel auf Erden*

Substantiv + Substantiv ohne Flexion — *Stunde Null*
attributives Substantiv im Genitiv + Substantiv — *des Geistes Kind*

Wortpaare — *Hab und Gut, das Kommen und Gehen*

2. Adjektivische Phraseologismen:

Adjektivische Wortpaare — *fix und fertig*,

3. Adverbiale Phraseologismen:

Präposition + Substantiv — *aus Versehen, ohne Ausnahme*

Präposition + attributiv erweitertes Substantiv — *auf jeden Fall, unter*

vier Augen

Präposition + Substantiv + Präposition — *von Rechts wegen, von Haus*

aus

Präposition + Adverb/Adjektiv — *für gewöhnlich, seit alters*

Substantiv + und + Substantiv — *Tag und Nacht, Kind und Kegel*

Adjektiv/Adverb + und + Adjektiv/Adverb — *durch und durch, fix und*

fertig

Präposition + Substantiv + und + Substantiv — *mit Ach und Krach*

Präposition + Adjektiv/Adverb + und/oder + Adjektiv/Adverb — *über*

kurz oder lang

Präposition + Substantiv + Präposition + Substantiv — *von Ort zu Ort*

erstarrte Genitivkonstruktion — *leichten Herzens, rechter Hand*

4. Verbale Phraseologismen:

a) Substantivische Basiskomponente

einfaches Substantiv — *die Karten aufdecken*

adjektivisch attributiv erweitertes Substantiv — *sein blaues Wunder*

erleben

Erweiterung des Substantivs durch attributive Präposition — *die Katze*

im Sack kaufen

Erweiterung der Verbalkomponente durch adverbiale Präposition — *die*

Beine in die Hand nehmen

substantivisches Wortpaar — *Himmel und Erde in Bewegung setzen*

Substantiv mit Präposition — *im Anzug sein*

substantivisches Wortpaar mit Präposition — *vom Regen in die Traufe*

kommen

b) Adjektivisch adverbiale Basiskomponente

ohne Erweiterung — *sich frisch machen*

mit Präposition — *zu kurz kommen*

durch Präpositionalgruppe erweitert — *weg vom Fenster sein*

adjektivisch adverbiales Wortpaar — *hoch und heilig versprechen*

c) Zweite verbale Basiskomponente

nominales Element + Vollverb + Hilfsverb — *nicht von der Luft leben*

können

nominales Element + zwei Vollverben — *die Engel im Himmel singen*

hören

Konstruktionen ohne nominales Element + modales Hilfsverb — *nicht*

mehr können

Konstruktionen ohne modale Hilfsverben — *baden gehen*

Konstruktionen mit Partizip + Verb — *jmdm etwas angetan haben*

Die Phraseologismen, die von uns in obengenannten Zeitschriften untersucht sind, wurden auch in vier Kategorien geteilt.

In der Zeitschrift «**Stern**» haben wir folgende Phraseologismen gefunden [7]:

— «*Wir bringen mehr Farbe auf den Punkt*». (etw. (A) auf den Punkt bringen — чётко формулировать что-л., выразить суть чего-л.) — verbaler Phraseologismus.

In diesem Slogan geht es um einen Farblaserdrucker.

— «*Jetzt können Sie alles mitnehmen, was geht, und viele, viele Schäfchen ins Trockene bringen*». (Sein Schäfchen ins Trockene bringen — устроить свои делишки, обеспечить себя) — verbaler Phraseologismus. Hier handelt es sich um die staatliche Institution und ihre Rentevorschläge.

— «*Gerade hat Pepsi Light wieder einen wichtigen Geschmacks-Teil gewonnen*» (Geschmack gewinnen — находить вкус, удовольствие в чем-либо) — verbaler Phraseologismus. In diesem Werbeslogan wird Pepsi mit dem niedrigen Inhalt der Kalorien geworben.

— «*Alles über meine Schwangerschaft Tag für Tag*» (Tag für Tag — изо дня в день) — adverbialer Phraseologismus. Auf dieser Seite der Zeitschrift wird das Buch über den Lauf der Schwangerschaft und die Räte nach der Geburt des Kindes geworben.

— «*Drehen und wenden!*» (drehen und wenden — искажать; извращать (что-л.); изворачиваться, юлить) — verbaler Phraseologismus. In dieser

- Nummer der Zeitschrift macht man Reklame für das Buch von Physiotherapeutin Ulli Jaksch.
- «*Rund um den Globus*» (rund um den Globus — во всем мире) — adverbialer Phraseologismus. Auf dieser Werbeseite zieht der Werbeträger die Aufmerksamkeit des Lesers mit der hinreißenden Reise durch Neuseeland heran.
 - «*Schritt für Schritt zur Berufswahl*». (Schritt für Schritt — шаг за шагом) — adverbialer Phraseologismus. Hier bietet man an, die Auswahl des Berufes zu verwirklichen und ihn in verschiedenen Ecken der Welt zu bekommen.
 - «*Wenn ihnen jemand sagt er tue viel für sein Wohlbefinden, ist das oft nur heiße Luft*». (heiße Luft — хвастовство) — adjektivischer Phraseologismus. Offenbar wirbt hier das bestimmte unterhaltende Zentrum der Erholung die Schwimmbäder, die Saunas.
- In der Zeitschrift «*Der Spiegel*» wurden von uns solche Phraseologismen untersucht [6]:
- «*Dass wir in aller Munde sind, ist dem Biss unserer Forscher zu verdanken*». (In aller Munde sein, in aller Leute Munde sein — быть у всех на устах) — verbaler Phraseologismus. Hier handelt es sich um die Firma, deren Zahnproduktion und Technologien von den Zahnärzten und den Forschern auf diesem Gebiet breit verwendet wird.
 - «*Windkraft: eine Idee, der wir Flügel verleihen*» (jmd./etwas Flügel verleihen — поощрять, окрылять) — verbaler Phraseologismus. In diesem Slogan geht es um die Projektentwickler der Welt, die die alternative Energie, unter anderem der Kraft des Windes anbieten.
 - «*Wir lassen uns nicht abspeisen!*» (sich (nicht) abspeisen lassen — не лишать себя мужества, не позволять отделиться без объяснения) — verbaler Phraseologismus. Hier bietet man uns offenbar an, das Restaurant oder irgendwelches Café zu besuchen.
- In der Zeitschrift «*Cosmopolitan*» haben wir folgenden Phraseologismus gefunden [3]:
- «*Jeden Morgen die ganze Energie der Taube, für eine Haut «zum Anbeissen» schön*» (Zum Anbeissen — аппетитно) — adverbialer Phraseologismus. Hier handelt es sich um die Creme von Lancôme, die komplette feuchtigkeits- und energiespendende Gesichtspflege mit aufbauenden Stoffen und Polyphenolen aus der Traube den Lesern anbietet.
- In der Zeitschrift «*Petra*» wurden von uns solchen Phraseologismus untersucht [5]:
- «*Lächeln kommt von Herzen oder von Bauknecht*» (Lächeln kommt von Herzen — смеяться от души) — verbaler Phraseologismus. Hier gewährt der Werbeträger eine Reihe der Baudienstleistungen.

— «*Schmetterlinge im Bauch*» (Schmetterlinge im Bauch — бабочки в животе) — substantivischer Phraseologismus. Man wirbt hier das neue Auto Peugeot 106.

In der Zeitschrift «*Auto, Motor und Sport*» haben wir folgenden Phraseologismus gefunden [2]:

— «*Urlaub ganz gro geschrieben...an der Küste!*» (etw. groß schreiben — придавать большое значение чему-л.) — verbaler Phraseologismus. Auf dieser Seite der Zeitschrift dem Leser wird es die Campingerholung am Ufer des Meers vorgeschlagen.

Auf der Seite der Zeitschrift «*Glamour*» haben wir folgende Phraseologismen gefunden [4]:

— «*Das einzig Wahre ist und bleibt der Schwabe*» («das einzig Wahre — единственный в своем роде») — adjektivischer Phraseologismus. Offenbar geht es um einen Möbelgeschäft, der die Möbelstücke anbietet.

— «*Neckermann macht's möglich*» (etw. möglich machen — осуществить что-л., сделать что-л. возможным) — verbaler Phraseologismus. In diesem Werbeslogan bietet das Reisebüro die Fahrt nach Florida an.

Auf den Seiten der Frauenzeitschrift «*Allegra*» wurden solche Phraseologismen untersucht [1]:

— «*Die Haut wieder in die Lage zu versetzen, Feuchtigkeit zu speichern*». (j-n in die Lage versetzen, etw. zu tun — дать кому-л. возможность что-л. сделать) — verbaler Phraseologismus. Hier handelt es sich um die Werbung der Creme von Helena Rubinstein.

— «*Höchste Zeit für ein Handy!*». (höchste Zeit — уже давно пора) — adjektivischer Phraseologismus. Laut diesem Slogan soll der Leser das Komplettpaket von SuperServ für sein Handy kaufen.

— «*Kinder kriegen? Wohl verrückt!*». (Wohl verrückt! — да ты с ума сошел) — adverbialer Phraseologismus. Laut diesem Slogan sollen alle Menschen über ihre Startkapital im Leben sicher sein und das alles dank nur IDEAL- Bausparen.

— «*Der sticht sie alle aus*». (Jemanden ausstechen — быть лучше) — verbaler Phraseologismus. Auf dieser Seite der Zeitschrift überzeugt man uns, dass wir die Schuhe besser als die Schuhe dieser Firma nirgends finden.

Von uns wurden die folgenden Phraseologismen untersucht und wir sind zum Schluss gekommen, dass großer Teil von ihnen zu den verbalen Phraseologismen gehört.

Die Ziele wurden erzielt und es wurde auch aufgeklärt, dass die Phraseologismen als umgedeutete Wortverbindungen nicht zum Aussterben verdammt sind. Im Gegenteil, sie erfüllen bestimmte soziale und kontextuelle Funktionen. Sie bereichern den Wortschatz und drücken die expressive Emotionalität aus.

Literatur:

1. Die Zeitschrift: Allegra: № 9/1999.
2. Die Zeitschrift: Auto, Motor und Sport: № 20/2005.
3. Die Zeitschrift: Cosmopolitan: № 9/2000.
4. Die Zeitschrift: Glamour: № 11/2005.

5. Die Zeitschrift: Petra: № 10/2000.
6. Die Zeitschrift: Der Spiegel: № 13/2009.
7. Die Zeitschrift: Stern: № 41/2005; № 42/2005; № 43/2005.

Генерализация как способ перевода контекстов с ФЕ невербального поведения человека из сказок братьев Гримм с немецкого языка на русский и белорусский языки

Пархомик Владимир Владимирович, магистр филологических наук, аспирант
Белорусский государственный педагогический университет имени М. Танка (г. Минск, Беларусь)

Фразеология — совокупность устойчивых оборотов речи и выражений (фразеологизмов), свойственных тому или иному языку. Фразеологией также называется раздел науки о языке, изучающий устойчивые сочетания слов [10].

Фразеологические единицы заполняют лакуны в лексической системе языка, которая не может полностью обеспечить наименование познанных человеком (новых) сторон действительности, и во многих случаях являются единственными обозначениями предметов, свойств, процессов, состояний, ситуаций и т. д. [9, с. 11].

В современном языкознании важное место выделяется вопросам перевода или переводоведения. Важное место уделяется исследованию лингвистических аспектов межкультурной речевой деятельности, которую называют «переводом» или «переводческой деятельностью» и изучению перевода как лингвистического явления.

Перевод фразеологизмов зачастую вызывает затруднения, т. к. «основная трудность заключается в том, что никакой словарь не в состоянии предусмотреть всех возможностей использования фразеологизма в контексте. Фразеологическим единицам так же, как и словам, свойственна многозначность и омонимия» [5, с. 25].

Актуальность исследования данной статьи определяется недостаточной изученностью переводов контекстов с ФЕ невербального поведения человека, выбранных из сказок братьев Гримм с немецкого языка на русский и белорусский языки.

Цель исследования — проанализировать переводы контекстов с ФЕ, выражающих невербальное поведение человека с немецкого языка на русский и белорусский языки, осуществлённых таким трансформационным способом, как генерализация.

Различные понимания эквивалентности перевода отражают эволюцию взглядов на сущность перевода. Согласно теории закономерных соответствий Я. И. Рецкера, при переводе с одного языка на другой приходится учитывать действия одних и тех же фактов логико-семантического порядка для передачи одного и того же смыслового содержания. Я. И. Рецкер выделяет так называемые «единицы перевода». Это могут быть отдельные слова, словосочетания или части предложения, которые можно выделить в ходе анализа текста. Для таких «единиц перевода» всегда существуют постоянные соответствия в силу сложившейся традиции. В любом тексте такие эк-

вивалентные соответствия составляют меньшинство. Гораздо больше таких единиц перевода, для передачи которых переводчику необходимо выбирать соответствия «из богатейшего арсенала средств того или иного языка, но этот выбор далеко не произволен». Я. И. Рецкер выделяет 3 категории соответствий [6, с. 30]:

1) эквиваленты, установившиеся в силу тождества обозначаемого, а также отложившиеся в традиции языковых контактов.

Под «эквивалентом» И. Я. Рецкер понимает постоянное равнозначное соответствие, как правило, не зависящее от контекста;

2) варианты и контекстуальные соответствия.

Контекстуальные соответствия зависят от окружения, являются результатом действия контекста.

3) все виды переводческих трансформаций (лексические, грамматические, синтаксические)

Фразеологизмы могут подвергаться различного рода трансформациям, то есть индивидуально-авторским (окаzionaliальным) преобразованиям. Все переводческие трансформации чем-то мотивированы. Но это не означает, что переводчик, применяя трансформации, абсолютно точно осознает, для чего он это делает. Многие преобразования выполняются интуитивно и автоматически, но все же любая трансформация чем-то вызвана, определенной необходимостью. Фразеологическими трансформациями называются такие окаzionaliальные изменения в форме и/или значении устойчивых сочетаний слов, которые позволяют сохранить единство фразеологизма, то есть оставляют его узнаваемым [3, с. 125]. Это осуществляется автором намеренно, с целью придать тексту какой-либо стилистический эффект. «Трансформированные ФЕ/.../ не только несут на себе нагрузку в плане выражения социальной оценочности, но и используются автором с целью усиления экспрессивности текста, привлечения внимания читателей, достижения сатирического или юмористического эффекта, формирования общественного мнения» [7, с. 47]. «Трансформированная ФЕ — трансформация — «не претендует» на то, чтобы перейти в разряд узуальных и подвергнуться лексикографическому описанию, хотя в ряде случаев содержание трансформированной фразеологической единицы бывает намного удачнее, чем её прототипа. Окаzionaliальное употребление ФЕ способствует их обновлению, «оживлению», позволяя адресату самому определить

потенциальные эмоционально-экспрессивные возможности ФЕ, заложенные в них самой природой языка» [2, с. 46].

Я.И. Рецкер обращает внимание на два типа трансформаций:

- грамматические трансформации в виде замены частей речи или членов предложения;
- лексические трансформации заключаются в конкретизации, генерализации, дифференциации значений, антонимическом переводе, компенсации потерь, возникающих в процессе перевода, а также в смысловом развитии и целостном преобразовании.

Л.С. Бархударов выделил четыре типа трансформаций:

- перестановки
- замены
- опущения
- добавления

Основоположниками немецкого языкознания XIX века были братья Якоб и Вильгельм Гримм, издавшие Немецкий словарь, который был закончен в 1960 году. Братья Гримм создали ряд других научных работ в области грамматики языка. Братья Гримм стояли у истоков немецкой фразеологии, т.к. они были знаменитыми путешественниками, и, путешествуя, Братья Гримм начали вести регулярные записи сказок с 1807 года, во время своего путешествия по Гессену, затем продолжили в Вестфалии. Они много слышали народных выражений, устойчивых фраз, которые затем были отражены в словаре.

Рассмотрим следующие переводные варианты, осуществлённые способом генерализации.

Генерализация — это замена единицы ИЯ, имеющей более узкое значение, единицей ПЯ с более широким значением. Проследим, как её осуществил белорусский переводчик в следующем переводном контексте [11]:

- 1) нем. *Da packte sie Hänsel mit ihrer dünnen Hand und trug ihn in einen kleinen Stall und sperrte ihn mit einer Gitterthüre ein; er mochte schreien wie er wollte, es half ihm nichts*/бел. *Яна схавіла Гензеля сваёй кастлявай рукою, занесла яго ў хlew, а пасля замкнула за сабой дзверы з жалезнымі кратамі — няхай лемантуе колькі хоча, нішто яму не паможа*. Белорусский переводчик перевёл глагол *кричать* и передал его значение через глагол *лемантаваць*. Белорусский глагол содержит больше экспрессии, с использованием различных жестов, действий, например, крик со стуком в дверь. Следует отметить, что русский переводчик перевёл этот глагол дословно, поэтому получился **дословный перевод**: *Она схватила Гензеля своей костлявой рукой, унесла его в хлев и заперла там за решетчатой дверью — пусть кричит себе сколько вздумается, ничего ему не поможет*.
- 2) нем. *Der Teufel fuhr in die Höhe, schrie und wollte übel mit ihr wirtschaften, aber sie besänftigte ihn nochmals und sprach: «Wer kann für böse Träume!» «Was hat dir denn geträumt?» fragte er, und war doch neugierig. (Der Teufel mit den drei goldenen*

*Haaren)/рус. Черт вскочил, закричал во всю глотку и хотел с нею круто обойтись, но она еще раз его умаслила и сказала: «Что ты станешь с этими дурными-то снами делать!» — «Да что же тебе могло сниться?» — спросил он, любопытствуя узнать ее сон (Чёрт с тремя золотыми волосками). Русский переводчик усилил значение глагола *schreien* 'кричать', используя ФЕ *кричать во всю глотку*. Белорусский перевод таков: *Тут чорт як падскочыць, як закрычыць, хацеў было ўжо з ёю расправіцца, але яна зноў яго супакоіла і сказала: — Што з дурнымі снамі зробіш! — Ды што ж табе прыснілася? — спытай ён з цікаўнасцю*. Белорусский переводчик добавил в переводе устойчивое выражение *расправіцца з кім-л.*, частицу *як* и заменил прилагательное *заинтересован* на предлог с существительным *з цікаўнасцю*, а русский переводчик заменил на деепричастие *любопытствуя*.*

- 3) *Als er zum Wirth kam, da machte der große Augen (Mährchen von einem, der auszog das Fürchten zu lernen)/рус. Пришел парень к хозяину харчевни, а тот так и вытаращил глаза от изумления* (Сказка о том, кто ходил страху учиться). Русский переводчик расширил значение ФЕ *machte der große Augen* 'досл. сделал большие глаза' из оригинала, применив ФЕ *вытаращил глаза от изумления*.

- 4) *Der Jüngling legte sich also unter den Baum, wachte und liess den Schlaf nicht Herr werden. Als es zwölf schlug, so rauschte etwas durch die Luft, und er sah im Mondschein einen Vogel daherfliegen, dessen Gefieder ganz von Gold glänzte (Der goldene Vogel)*. Так, в немецком оригинале смысл подразумевается в дословном смысле *den Schlaf nicht Herr werden* 'не подчиниться сну'. Смотрим, как в переводе употреблены ФЕ невербального поведения человека: *Вот юноша и улегся под деревом, и глаз не сомкнул, и сну не поддавался. Как ударила полночь, так шумело что-то в воздухе, и он увидел при лунном свете слетевшую на дерево птицу, у которой перья блестели как золото (Золотая птица)/бел. Вось прылёг юнак пад дрэва, пачаў вартаваць, але не дазволіў сабе і вочы заплюшчыць. Прабіла дванаццаць гадзін, і вось у паветры штосьці зашумела; і ён убачыў у месячным святле лятачую птушку, усё пер'е яе адлівала золатам (Залатая птушка)*. Как видно, введены такие ФЕ, как *и глаз не сомкнуть* и *вочы заплюшчыць*.

- 5) нем. *Du hast gut reden,» antwortete der Bär, «es sitzt ein grimmiges Thier mit Glotzaugen in dem Hause des Rothen, und wir können es nicht herausjagen» (Tischchen deck dich, Goldesel, und Knüppel aus dem Sack.)/рус. — Тебе-то хорошо рассуждать, — ответил медведь, — а вот у лисы в доме засел страшный зверь, глаза выпучил, и выгнать его мы никак не в силах (Столик накройся, золотой осёл и дубинка из мешка)/бел. — Табе добра разважаць, — адказвае мядзведзь — а вось у лісіным доміку засеў страшны звер, вочы выдуніў, і вы-*

гнаць яго мы не можам (Столік — накрыйся, залаты асёл і дубінка з мяшка). Русский и белорусский переводчики использовали при переводе следующие

ФЕ: глаза выпучить и *вочы вылу́піць*, в то время как в оригинале этой ФЕ нет, тем самым расширив переводимый контекст.

Литература:

1. Бархударов, Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. — М.: Издательство Союз, 2000. — с. 123.
2. Гусейнова, Т. С. О некоторых частных проявлениях сверхфразового единства как способа трансформации фразеологических единиц в СМИ. — Челябинск: Вестн. Челяб. гос. ун-та, 2009. — с. 45–50.
3. Ефанова, Л. Г. Фразеологические трансформации в речи и тексте. — Томск: Вестн. Томск. гос. пед. ун-та, 2005. — с. 123–127.
4. Жуков, В. П. Русская фразеология. — М.: Высшая школа, 1986. — с. 221–242.
5. Кунин, А. В. Английская фразеология. — М.: Высшая школа, 1970. — с. 24.
6. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика. — М.: Международные отношения, 1974. — с. 216–220.
7. Саютина, Н. В. Трансформация фразеологических единиц как проявление стилевой манеры журналиста. — Саратов: Изв. Сарат. Ун-та, 2011. — с. 44–48.
8. Семенов, А. Л. Современные информационные технологии и перевод. — М.: Академия Год, 2008. — с. 61.
9. Телия, В. Н. Фразеология в контексте культуры. — М.: Языки русской культуры, 1999. — 285 с. — с. 11.
10. <http://videotutor-rusyaz.ru>
11. <http://youreng.narod.ru/term.html>

К вопросу о языковых механизмах формирования оценки в русскоязычных и англоязычных средствах массовой информации: имплицитная оценка

Федорова Наталья Владимировна, ассистент
Ростовский государственный университет путей сообщения

Ключевые слова: оценка, оценочность, имплицитная оценка, языковое манипулирование.

Материалы СМИ не могут быть абсолютно объективны, они содержат определенную оценку описываемых фактов, событий, явлений и т. п., следовательно, читатель (слушатель) получает информацию в трансформированном виде, т. е. преобразованном в соответствии с авторской позицией. Оценка — это выражение положительного или отрицательного отношения субъекта речи к предмету речи при помощи языковых и речевых средств [3, с. 44]. В свою очередь оценочность можно определить как соотносительность слова с оценкой. Журналист, публицист, блогер — не только регистрирует события, но, как личность с определенным мировоззрением и ценностями, отстаивающая конкретные идеи, излагает информацию сообразно той концепции, которой привержен. Для этого он может использовать широкий и разнообразный набор языковых средств, поскольку публицистике, в связи с выполнением ею одновременно двух функций — воздействия (агитация, пропаганда, побуждение к определенным поступкам, внушение конкретных идей) и сообщения (передача информации) — доступен почти спектр литературного языка.

Можно выделить два основных типа оценок: открытая и скрытая. Первая предполагает явное, часто по-

лемическое утверждение авторской позиции с помощью пейоративных (т. е. содержащих отрицательную оценку, придающих неодобренный оттенок значения, уничижительных) или, наоборот, мелиоративных номинаций. Такая оценка была характерна для идеологизированного советского пропагандистского дискурса [5, с. 40]. Отличительная черта современной журналистики — отказ от открытой пропаганды, явного давления в пользу завуалированного манипулирования массовым сознанием. Языковые средства широко и эффективно используются для «мягкого», незаметного навязывания аудитории заданных ценностей, предпочтений, ориентиров, мнений и т. д. Языковое манипулирование предполагает использование особенностей языка и принципов его употребления с целью скрытого воздействия на адресата (т. е. неосознаваемого последним) в нужном для автора направлении. Если скрытые возможности языка используются для навязывания слушателю (читателю) определенной эмоциональной реакции, намерения, отношения к действительности и представления о ней, не совпадающих с теми, какие адресат высказывания мог бы сформировать самостоятельно, имеет место языковое манипулирование [4, с. 221].

Формирование скрытой оценки высказывания — один из наиболее эффективных приемов манипулирования общественным сознанием. При этом оценка может быть имплицитной (заложенной в сему слова) и эксплицитной (свойственна не слову, а его употреблению). Под имплицитной понимается информация, которая, не составляя значения компонентов текста (слов, граммем и т. п.), зафиксированных в словаре, тем не менее воспринимается слушателем (читателем) [1, с. 145—151]. К основным имплицитным способам создания оценки относятся:

- оценочная метафора (метафора, несущая оценочный заряд и окрашивающая окружающий контекст, организуя текст для выражения положительной или отрицательной оценки);
- эвфемистическая замена (описательное выражение «низких», запретных, табуированных понятий; применяется для нейтрализации негативного впечатления, смягчения отрицательной реакции аудитории, создания положительного образа с целью утверждения нужных идей);
- контаминация (возникновение нового выражения или формы путем объединения элементов двух сходных выражений или форм, в результате чего исходная внутренняя форма слов-доноров стирается и создается новая внутренняя форма, выражающая определенную оценку);
- языковая игра (трансформации единиц языка, основанные на преднамеренном нарушении, деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, обладающих экспрессивным значением). Можно выделить три основных ее типа: 1) игра звуками и буквами (лингвистическое использование омофонов, омофоров, омографов и омонимов); 2) игра с помощью графического выделения букв, слогов, слов и использование других графических средств с целью привлечения внимания, преднамеренное сочетание букв латинского алфавита и кириллицы, аббревиатуры и их обыгрывание/расшифровка; 3) игра смыслов (значений слов и фраз, образов и т. д.) — употребление прямого и переносного значения, сочетание того, что не принято сочетать, комбинирование противоположных смыслов, использование контрастных оппозиций, рождающих противоположное значение и т. п. [2, с. 33—34].

Рассмотрим применение различных языковых (имплицитных) средств формирования оценки на примерах материалов СМИ Радио «Эхо Москвы» и журнала «The American Thinker». Первое отличается политизированностью, оппозиционностью, обилием резко оценочных материалов, посвященных действием властей, событиям и явлениям российской действительности (причем несущих негативную оценку, не всегда объективных, критических, даже язвительных, с саркастическим оттенком). Обзор размещенных на сайте материалов и комментариев к ним позволяет заключить, что аудитория «Эхо Москвы» отличается приверженностью либерально-демократическим идеям. «Эхо Москвы» ориентировано на новостное вещание, основное содержание материалов: новости политики и культуры,

обзоры прессы, беседы с гостями, интерактивное общение со слушателями. Большое место уделяется представлению различных точек зрения на те или иные события, авторским программам. На сайте радиостанции представлено большое количество блогов политиков, журналистов, общественных деятелей. «The American Thinker» — американский ежедневный электронный журнал. Основными темами журнала являются политическая система США, внешняя политика, национальная безопасность, дипломатия, экономика, культура. Интернет-издание стоит на позициях американского консерватизма. Много критических статей в адрес действующего президента США, демократа Барака Обамы. Критике подвергаются: его экономическая и социальная политика, либеральное отношение к однополым бракам, «мягкость» по отношению к России и пр. Таким образом, материалы указанных СМИ содержат богатый материал для анализа языковых средств создания оценки.

Приведем примеры оценочных метафор из опубликованных на сайте радио «Эхо Москвы» выступлений на одном из митингов оппозиции, имевшем место после парламентских выборов в России 2012 г. Так, фрагмент выступления оппозиционного активиста А. Навального построен на противопоставлении власти и митингующих, дискредитации первых и возвышении последних, для чего используются метафоры (центральная — шакал — для обозначения правящей элиты в целом и конкретно кандидата в президенты В. В. Путина), дополненные оценочными эпитетами (маленькие, трусливые шакалы, большие и страшные звери): «Привет бандерлогам от сетевых хомячков! Такая странная штука: бандерлогов звали, и они пришли. А где тот парень, который звал?! Где тот, кто улыбался с экрана и ухмылялся. Где этот человек?! Вы его видите?! Он здесь?! Возможно, просто во времена Киплинга не было телевизора. Тогда бы сразу было понятно, кто здесь питон, а кто маленький трусливый шакал. А сейчас они с помощью своего зомбоящика пытаются оказать нам, что они действительно большие и страшные звери. Но мы знаем, кто они — маленькие, трусливые шакалы. Это так или нет?!» [8].

Фрагмент выступления писателя Д. Быкова является примером использования зрелищных метафор (т. е. построенных на признаке наглядности и социальной ассоциативности прилагательных и глаголов): «Передо мной сейчас множество разных цветов: белый, оранжевый, желтый, черный, красный. Я не вижу здесь, слава богу, только серого — цвета путинской теневого России. «Тень, знай свое место!!!!»» [8]. Сам серый цвет ассоциируется с заурядностью. Безликостью (ср. «серая мышь» — мелкий незаметный человек). Кроме того, обыгрывается ассоциативный ряд «серый — тень — теневой»: завуалированный, неблагоприятный, вызывающий сомнение в добропорядочности, оборотная сторона, изнанка.

В текстах политической коммуникации, адресатом которых является массовая аудитория, употребляются политические эвфемизмы. В языке СМИ имеется целая

система эвфемистических обозначений, используемых для смягчения негативных ассоциаций, связанных с некоторыми фактами. Так, при характеристике военных действий часто употребляются номинации с достаточно общим смыслом: конфликт — conflict, акция — action, операция — operation, кампания — campaign. Следующий пример в этом смысле показателен, т. к. содержит несколько эвфемизмов: «Как сообщает CNN-Тюрк, погибли 7 человек, есть раненые, их число уточняется. Сообщается, что террористы привели в действие бомбу с дистанционным взрывателем. В районе теракта слышны звуки перестрелки. Не исключено, что боевики открыли огонь по прибывшим на место происшествия стражам порядка. В Тунжеле и в других провинциях на востоке Турции уже две недели проводится масштабная контртеррористическая операция по нейтрализации экстремистов из КРП» [7]. Помимо обозначенного выше эвфемизма «контртеррористическая операция», мы видим здесь эвфемизмы: «нейтрализация», который заменяет понятия «убийство», «уничтожение»; «привели в действие» (бомбу) — т. е. взорвали. Из-за частоты использования указанных слов и выражений в дискурсе СМИ большинство носителей языка понимают их истинное значение. Тем не менее, воздействие относительно нейтральных слов на психику реципиента слабее, нежели воздействие эмоционально окрашенных слов. Таким образом, эвфемизмы не применяются в СМИ в тех случаях, когда нужно заострить отрицательную оценку факта или обратить внимание читателя (слушателя) на его неприглядность, а призваны, наоборот, приукрасить, смягчить, «залакировать» действительность.

В материалах, представленных на сайте радио «Эхо Москвы», много оценочных номинаций, построенных на контаминации слов. Например: «Представления о том, на чём держится власть кремлежуликов, становятся у наших сограждан всё более адекватными» [12]. Кремлежулики — производное от слов «Кремль» и «жулики», буквально — «кремлевские жулики», т. е. продажные чиновники в высших эшелонах власти.

В современной публицистике производные от нейтральных слов «коммунист» и «демократ» являются резко оценочными. Эти существительные стали основой для создания отрицательных номинаций идеологических противников («коммуняки», «КПСС-овцы», «национал-коммунисты»; «демокрады», «демофашисты», «демонократы» и др.). Созданные в определенных целях, специально, эти слова не только окрашивают тексты, но и дополняют их сведениями о коммуникативной задаче, самом авторе, его отношении к предмету речи (во всех приведенных ниже примерах — отрицательное): «Все эти выражения типа «либерасты», «фашисты», «нацики» и «коммуняки» только наносят урон единению протестного движения перед лицом единственного реального противника на данный момент — правящего режима» [6]; «То-варищу Сталину нужны были миллионы заклю-

ченных, чтобы эта бесплатная и бесправная рабочая сила строила каналы, заводы, рудники и шахты — все то, чем так гордятся коммуняки, как достижениями социализма» [13]; «И с социализмом, к которому наши неокоммунисты стремятся, тоже неясно. Сами-то они, функционеры партии, живут при капитализме. По капиталистическим законам. И те. И другие. И коммунисты, и справедливороманы, что на справедливости сдвинулись» (здесь «неокоммунисты» — представители «КПРФ», «справедливороманы» — партия «Справедливая Россия»); «И тут на него набросились коммуняки новые» [10]; «Во второй части поговорим о прочих придворных коммунистах, национал-большевицах и интернет пиарщиках всей этой «патриотической» вакханалии» [9].

Языковая игра особенно часто наблюдается в заголовках статей: «Маразм-крепчалное» (посвящена антипутинской пропаганде, в интернете, которая, по мнению автора, достигла «такого уровня маразма, что способна вызвать у многих неожиданную симпатию к персонажу») [15]; «Придворные коммунисты» [9]; «Английская Русь» [11]. В последней статье говорится о Лондоне как месте локализации российского капитала и проживания сотен тысяч состоятельных россиян, о том, что это «страна в стране», имеющая колоссальное и потенциально опасное влияние в России; в данной статье автор с целью создания иронии и отражения абсурдности сложившейся ситуации использует также выражение «Лондонская Русь» (языковая игра) — по аналогии с историческими терминами Киевская Русь, Московская Русь — и окказионализмы *Англоруссия*, *англороссы*, *Англороссия* (контаминация).

В качестве средства выражения оценки языковая игра встречается и в текстах: «И рыбку съест, и в Кремль сесть» (заметка об известном своими оппозиционными, антипутинскими взглядами блогере А. Навальном, замеченном на банкете компании «Аэрофлот» (контрольный пакет акций которой принадлежит государству) в Кремле; посредством игры слов автор выражает свою оценку ситуации, намекая на двуличность и корыстную составляющую «оппозиционности» А. Навального) [14]; «Можно было вспомнить о стабфонде в западных банках, о либеральной экономической политике Путина, о преемнике Медведеве, который по версии Кургияна просто вопиющий либерал и человек-перестройка 2» [9].

Приведем примеры использования оценочных метафор в текстах англоязычного СМИ. Так, публикации журнала «The American Thinker» о России политизированы, имеют негативный характер.

Russia aggressively portrays itself as a «besieged fortress» to its citizens ... [22]. (Российские власти энергично создают для своих граждан образ России — осажденной крепости...) (здесь и далее перевод наш. — Н. В.).

Without inspiring American leadership, Russia will continue to wallow in the mire of dictatorship and oppression, it will continue to liquidate American values, harass its neighbors, support American enemies (from

Venezuela to Syria) and work towards American downfall.

The internet is the last bastion of opposition against Putin. [21]

(Без вдохновляющего американского руководства Россия продолжит тонуть в болоте диктатуры и гнета, продолжит уничтожать американские ценности, беспокоить своих соседей, поддерживать врагов Америки (от Венесуэлы до Сирии) и работать на крушение США.

Интернет — последний бастион оппозиции Путину.)

В журнале «The American Thinker» большое количество статей, посвященных отношениям США и мусульманских государств, таких как Афганстан, Ирак, Ливия и др., проблемам радикального ислама. Проводятся идеи о том, что Ближний и Средний Восток — центр исламского терроризма, мусульманская культура агрессивна, многие исламские государства придерживаются антиамериканской политики, они враждебны США, поэтому США вправе и должны применять к ним силу.

The average German citizen might not have been a Kool-Aid-drinking supporter of Adolf Hitler; some or even many of them may have cooperated for fear of the Gestapo and the concentration camps. <...>

If ordinary Muslims actively or passively support a group of barbaric maniacs, even if that support is coerced or offered because of a (justifiable) fear of getting their own heads cut off, does that surrender to their fear deserve our respect? [20]

(Среднестатистический гражданин Германии, возможно, не являлся доверчивым сторонником Адольфа Гитлера; некоторые или даже многие из них сотрудничали с властями, вероятно, из страха перед гестапо и концлагерями. <...>

Если простые мусульмане активно или пассивно поддерживают группу диких маньяков, то даже в случае, когда эта поддержка навязана силой или предложена им под угрозой казни (обоснованной), то вызывает ли такая капитуляция перед собственным страхом наше уважение?)

Drinking the Kool-Aid — выражение, употребляемое в США по отношению к человеку или группе людей, которые верят во что-либо, не задавая никаких вопросов и не оценивая информацию критически (обычно употребляется в отрицательном смысле).

After all, under our definition, the 3,000-plus people who died on 9/11 were «innocent civilians,» too. But the jihadists and Islamists viewed them as equally guilty since, through taxation, they supported the Great Satan [20].

(В конце концов, более трех тысяч человек, погибших 11 сентября, тоже были «невинными мирными гражданами». Но джихадисты и исламисты считали их виновными, потому что уплатой налогов они поддерживали Большого Сатану.)

The Great Satan — метафора, обозначающая США; используется, в первую очередь, лидерами Ирана (впервые ее употребил Рухолла Хомейни в 1979 г.). Данная метафора включена в текст с тем, чтобы напомнить читателю, как относятся к США поли-

тики некоторых мусульманских государств. Для них США — Большой Сатана, олицетворение зла (крайне отрицательная оценка). Поэтому и американцам следует быть жесткими и непримиримыми по отношению к исламистским государствам, стоящим на антиамериканских позициях, не останавливаясь перед тем, что далеко не все граждане этих государств являются радикальными исламистами.

Следующая статья посвящена Бараку Обаме, нынешнему президенту США, который, с точки зрения автора статьи, стремится стать монархом, вступая в борьбу за власть с Конгрессом и формируя армию своих подданных, раздавая им пособия.

Columnist John Hayward, in his article, «Rand Paul vs. King Barack I,» wondered: «What makes a ‘king’?» While a man may consider himself king of his own castle, a real king requires subjects outside the immediate family, lots of them — which may explain, simply, why Obama seems to ignore the faltering economy and instead facilitates growth in the number of dependent Americans. A growing number, that, as Professor Glendon further observed, appear unwilling to «undertake the hard work of becoming citizens rather than subjects.» Dependent subjects, many empowered by envy disguised as «fairness,» who bow down to take their just reward — find the drop to the knees easier work than a climb up by their own bootstraps. And we can't forget the crony courtiers, the political establishment, and the chattering class who clamor for a seat at the king's table [18].

(Обозреватель Джон Хейворд в своей статье «Рэнд Пол против короля Барака I» задает вопрос: «Что делает человека «королем»?» В то время как человек может считать себя королем собственного замка, настоящий король нуждается в подданных вне его семьи, причем — в большом числе подданных. Этим можно объяснить, почему Обама игнорирует экономику, которая твердо стоит на ногах, и вместо содействия увеличивает число материально зависимых американцев. Все больше людей, отмечает профессор Глендон, не желают «выполнять трудную работу граждан, а не быть подданными». Зависимые подданные, многие из которых проникнуты завистью, замаскированной под «справедливость», низко кланяются, чтобы получить справедливое вознаграждение, и считают, что упасть на колени легче, чем самим пробивать себе дорогу. И мы не можем забыть ближайших придворных, политический истеблишмент и «болтающий класс», которые громко спорят за место за королевским столом.

The chattering classes — масс-медиа, представители образованных кругов общества, высказывающие свое мнение, но не влияющие на происходящие события (выражение имеет неодобрительный оттенок).

В этой статье употреблена также метафора *neo-feudal landscape* (дословно — неофеодалный ландшафт, по контексту — неофеодалное государство), которая метафора обозначает США в период президентства Барака Обамы.

They hate us for simply being who are and nothing else. ... The same bile which led to the scornful «Je-

susland map» of America leads Islamic radicals to hate religiously serious America much more than they hate Marxist China or irreligious Europe [19].

(Они ненавидят нас только за то, что мы такие, какие есть, и ничего более. ... Та же самая раздражительность, что привела к созданию пренебрежительной «карты Земли Иисуса», заставляет исламских радикалов ненавидеть религиозную Америку намного сильнее, чем они ненавидят марксистский Китай и нерелигиозную Европу.)

United States of Canada and Jesusland (Соединенные Штаты Канады и Земля Иисуса) — вымышленные государства, появившиеся в результате шуточного изменения границы между США и Канадой (предложено в 2004 г. на одном из интернет-форумов и получило известность в американских СМИ). На президентских выборах в США 2000 и 2004 гг. за либеральную программу Демократической партии проголосовали штаты северо-востока и тихоокеанского побережья США, а консервативный кандидат республиканцев Джордж Буш-младший победил в остальных регионах. Республиканские штаты (кроме Аляски) образовали территорию без разрывов, как и демократические (но при объединении с Канадой). Создатели шуток утверждали, что жители продемократических регионов по политическим взглядам примыкали к более либеральной Канаде, а на остальной территории США — более патриархальные взгляды, часто связанные с традиционным протестантизмом (отсюда — «*Jesusland*»).

В вышеприведенном отрывке данное выражение окрашено отрицательно, поскольку выражает пренебрежение к христианской религиозности, которая, как доказывает автор, является частью американской идентичности (США противопоставляется воинствующему исламу и «безбожным» государствам). Как видим, оценочных метафор в текстах анализируемого СМИ много, причем среди них немало известных, уже растиражированных в СМИ.

Слова *neo-feudal*, *Jesusland* — неологизмы, созданные по известным словообразовательным моделям из имеющихся в языке морфем. Приведем другие примеры оценочных номинаций подобного рода.

His second term was winding down, and one school of thought was that Putin would stay in power forever and take Russia back to the neo-Soviet future (Его второй срок подходил к концу, и некоторые эксперты полагали, что Путин останется у власти навечно и приведет Россию обратно к неосоветскому будущему; речь идет о России в современный период президентства В. В. Путина); *the neo-Soviet revanchism* (неосоветский реваншизм), *aggressive neo-Soviet Russian foreign policy* (агрессивная неосоветская внешняя политика России) [22].

How much will Obamacare hurt Dems in 2014? (Насколько реформа здравоохранения Обамы ударит по демократам в 2014 г.?) [17].

Obamacare (по аналогии с *healthcare* — здравоохранение, медицинское обслуживание; *care* — забота, попечение; уход; (медицинское) наблюдение) — так оппоненты пренебрежительно называют реформу здра-

воохранения Барака Обамы (хотя слово употребляется также и без отрицательной коннотации).

The left (Democrats, Hollywood, and MSM) 's gospel of victim-hood-ism is a despicable lie designed to create division, paranoia, fear, and hate in Americans. The entire Democratic Party platform is based on the lie that everyone is a victim of someone or something. Women are victims of American men. Blacks are victims of whites, police, and America. The poor are victims of the rich. <...> [16]

(Доктрина левых (демократов, представителей Голливуда и МСМ) о всеобщей уязвленности — это жалкая ложь, придуманная для того, чтобы вызвать разногласия, паранойю, страх и ненависть среди американцев. Вся платформа Демократической партии основана на лжи, что каждый человек является жертвой кого-то или чего-то. Женщины — жертвы американских мужчин. Чернокорые — жертвы белых, полиции и Америки вообще. Бедные — жертвы богатых.)

Слово *victim-hood-ism* можно буквально перевести как «жертвеннизм», учитывая, что суффикс *-ism*, соответствующий русскому *-изм*, образует существительные со значением направления мысли, идейного течения, характера действия и т. п. (ср.: *conservatism* — консерватизм, *humanism* — гуманизм, *feminism* — феминизм, *racism* — расизм и т. д.). *MSM* — сокращением от «men who have sex with men» (МСМ, мужчины, имеющие половые контакты с мужчинами).

«Putin's Russia: Still an Empire, Still Evil» («Путинская Россия: по-прежнему империя, по-прежнему зло» или «Путинская Россия: по-прежнему империя зла») [21] — пример языковой игры. Здесь обыгрывается словосочетание *Evil empire* (Империя зла), который использовался для обозначения СССР в годы холодной войны с подачи президента США Рональда Рейгана. Языковая игра в данном случае стала возможна, поскольку прилагательно *злой* и существительное *зло* по-английски звучат одинаково — *evil*. Причем в тексте статьи автор поддерживает заголовок, формируя квазисинонимическую ситуацию «Россия — зло»:

Today, Russia is just as evil, and has been governed for an extended period as the USSR never was by a proud KGB spy.

(В наши дни Россия — это по-прежнему зло, и уже длительное время ею управляет гордый агент КГБ, чего никогда не было в СССР.)

Рассмотрим возможности применения эвфемизмов в материалах англоязычного СМИ. В статье *On Respecting Muslim Culture* (Уважая мусульманскую культуру) автор пытается ответить на вопрос: как следует относиться к исламистам и к мусульманам вообще, и какую политику должны проводить США в отношении исламских государств. Автор считает, что ислам к сосуществованию не готов, рядовые мусульмане, мирные граждане поддерживают радикальных исламистов своим молчаливым согласием с их действиями. Поэтому американская политика должна быть жесткой, невзирая на возможные жертвы среди мирного населения (ведь оно не такое уж и мирное, раз поддержи-

вает врага). При этом на сегодняшний день, американское руководство проявляет неадекватную мягкость к исламистам.

How can non-Muslims respect a man who will murder his own daughters for the unforgivable sin of disagreement with his edicts when such disagreement might cause him the slightest embarrassment within his own culture? ...

How can Westerners respect a nation that believes that a woman who has merely been *accused* of adultery can be subjected to a brutal death by stoning? No proof required, ... [20] (курсив автора. — Н. В.).

(Как может немусульманин уважать человека, который готов убить собственных дочерей за непростительный грех — несогласие с его приказами, если это несогласие могло причинить ему даже малейшее неудобство, с точки зрения его культуры? ...

Как могут люди, живущие на Западе, уважать нацию, верящую, что женщина, которую всего лишь *обвинили* в супружеской измене, может быть подвергнута зверской казни — забиванию камнями? Никаких доказательств не требуется...)

Здесь поведение мусульманина, каким оно является, с точки зрения автора, описывается в жестких выражениях, речь не подвергается эвфемизации. Наоборот, открыто используются слова, которые должны быть восприняты негативно, чтобы подчеркнуть бесчеловечность поведения мусульман: *murder* — убийство (предумышленное, совершенное со злым умыслом); *brutal* — бесчеловечный, жестокий, зверский; *death* — смерть. Эмоциональность усиливается иронией (*unforgivable sin* — непростительный грех) и риторическими вопросами.

Некоторая эвфемизация имеет место, когда речь идет об американцах. Хоть автор и придерживается необходимости силовой линии поведения США, но жесткость оправдать и обосновать легче, чем жестокость, поэтому, по нашему мнению, когда речь идет о США, применяются более мягкие, сухие, неэмоциональные формулировки.

It's time and past to operate under the same rules of engagement as the Islamic fanatics that we are coping with, and responding to their aggression with overwhelming force, and without the illogical and asymmetrical rules of engagement forced on our troops by the White House and the Pentagon. It is possible that America might earn the respect of the Muslim world, if not our own domestic critics [20].

(Давно пора действовать по тем же самым правилам ведения боевых действий, которые применяют исламские фанатики, с которыми мы боремся, и отвечать на их агрессию превосходящей силой, без нелогичных и асимметричных правил применения военной силы, которые навязывает нашим войскам Белый дом и Пентагон.)

Проведенный анализ позволяет сделать некоторые выводы. Наиболее частотным языковым средством формирования оценки в материалах исследуемых СМИ являются оценочные метафоры. Они присутствуют почти в каждом публицистическом тексте, а некоторые тексты построены на использовании таких метафор. В заголовках чаще всего встречается языковая игра, поскольку заголовки, построенные на ее основе, привлекают внимание читателя своей оригинальностью, новизной, и в то же время, обладают значительным оценочным потенциалом иронии. Языковая игра с целью создания оценки в заголовках российского СМИ более частотна. Заголовки американского издания более сухие, лаконичные и чаще прямо указывают на проблему, освещенную в статье. Эвфемизмы в статьях как русскоязычных, так и англоязычных СМИ встречаются реже остальных рассмотренных средств формирования оценки. Причина, в первую очередь, — в редакционной политике исследуемых СМИ. Оба они характеризуются хлесткими, резкими, даже язвительными материалами, критичностью, а не нейтральностью, по отношению к идеологическим противникам. Критика требует заострения отрицательных фактов, эвфемизмы же применяются для снижения остроты восприятия.

Литература:

1. Борисова, Е. Г., Пирогова Ю. К., Левит В. Э. Имплицитная информация в рекламе и пропаганде // Имплицитность в языке и речи. М., 1999. с. 145—151.
2. Ванова, А., Палагина И. Игра слов как метод влияния: PR, реклама, журналистика // Рекламодатель: Теория и практика. 2011. № 6. с. 33—41.
3. Воронцова, Т. А. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство. Ижевск, 2006. 252 с.
4. Гронская, Н. Э. Языковые механизмы манипулирования массовым политическим сознанием // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2003. № 1. с. 220—231.
5. Клушина, Н. И. Интернациональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000—2008 гг.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. М., 2008. 57 с.
6. Блиндул, А. Грустные мысли о российских либералах [Электронный ресурс]. 17.09.2012. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/abindul/930952-echo/> (дата обращения: 19.03.2014).
7. Боевики Курдской рабочей партии подорвали бронированную автомашину полиции в турецком городе Тунджеле [Электронный ресурс]. 25.09.2012. URL: <http://www.echo.msk.ru/news/934046-echo.html> (дата обращения: 24.01.2014).
8. Выступления на митинге «За честные выборы», 24 декабря [2012 г.] [Электронный ресурс]. URL: <http://echo.msk.ru/blog/echomsk/842389-echo/> (дата обращения: 24.12.2013).

9. Копылков, В. Придворные коммунисты [Электронный ресурс]. 06.03.2013. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/vkop/1025998-echo/> (дата обращения: 19.03.2014).
10. Кругосветов, С. Борьба мнений [Электронный ресурс]. 15.02.2013. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/oreh/946055-echo/> (дата обращения: 19.03.2014).
11. Магаршак, Ю. Английская Русь [Электронный ресурс]. 14.03.2012. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/ym4/990618-echo/> (дата обращения: 20.01.2014).
12. Навальный, А. На чём держится власть [Электронный ресурс]. 27.08.2012. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/navalny/923766-echo/> (дата обращения: 20.01.2014).
13. Орех, А. 37-ой у нас или не 37-ой? [Электронный ресурс]. 30.10.2012. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/oreh/946055-echo/> (дата обращения: 19.03.2014).
14. Потупчик, К. И рыбку съесть, и в Кремль сесть [Электронный ресурс]. 19.03.2014. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/potupchik/1034568-echo/> (дата обращения: 19.03.2014).
15. Троицкий, Н. Маразм-крепчалное [Электронный ресурс]. 19.01.2012. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/ym4/868560-echo/> (дата обращения: 20.01.2014).
16. Marcus, L. Victim-hood-ism, Guns, Hillary, and the Virginia Shooter [Электронный ресурс]. 31.08.2015. URL: http://www.americanthinker.com/articles/2015/08/victimhoodism_guns_hillary_and_the_virginia_shooter.html (дата обращения: 15.09.2015).
17. Moran, R. How much will Obamacare hurt Dems in 2014? [Электронный ресурс]. 08.04.2013. URL: http://www.americanthinker.com/blog/2013/04/how_much_will_obamacare_hurt_dems_in_2014.html#ixzz2UjDvHrNN (дата обращения: 29.05.2014).
18. Simpson, C. Obama: Fox, Lion, or Emperor? [Электронный ресурс]. 22.01.2013. URL: http://www.americanthinker.com/2013/01/obama_fox_lion_or_emperor.html#ixzz2UiUHG6dm (дата обращения: 29.05.2014).
19. Walker, B. Why They Hate Us [Электронный ресурс]. 18.09.2012. URL: http://www.americanthinker.com/2012/09/why_they_hate_us.html (дата обращения: 29.05.2014).
20. Yardley, J. On Respecting Muslim Culture [Электронный ресурс]. 08.04.2013. URL: http://www.americanthinker.com/2012/11/on_respecting_muslim_culture.html#ixzz2Umt1uwo5 (дата обращения: 29.05.2014).
21. Zigfeld, K. Putin's Russia: Still an Empire, Still Evil [Электронный ресурс]. 11.03.2013. URL: http://www.americanthinker.com/2013/03/putins_russia_still_an_empire_still_evil.html#ixzz2UiKZDcO9 (дата обращения: 29.05.2014).
22. Zigfeld, K. When It Comes to Russia, We Told You So [Электронный ресурс]. 24.03.2013. URL: http://www.americanthinker.com/2013/03/when_it_comes_to_russia_we_told_you_so.html#ixzz2UhPvFgkE (дата обращения: 29.05.2014).

Перевод Корана на русский язык: история, современное состояние, перспективы развития

Ханджани Лейла, кандидат филологических наук, ассистент профессора, преподаватель
Гилянский университет (University of Guilan) (г. Решт, Иран)

Среди многочисленных сложных проблем, которые изучает современное языкознание, важное место занимает изучение лингвистических аспектов межъязыковой речевой деятельности, которую называют «переводом» или «переводческой деятельностью». Перевод Священных Книг особенно сложен, так как для них характерны аллегоричность, символичность языка. В этих текстах содержатся божественный, эзотерический смысл, сверхнаучные знания, предсказания.

Ключевые слова: перевод, Коран, религия, русский язык, арабский язык.

Коран — один из самых сложных текстов для перевода. Некоторые специалисты в области перевода Корана считают, что перевод этой Божественной книги не способен полностью передать внутренний дух Корана, а лишь некоторые слои или знамения их смыслов. Следует признать, что ни один перевод не смог в полной мере передать возвышенный смысл этой Небесной Книги. В то же время считаем, что перевод Корана яв-

ляется необходимым, ибо Коран является средством направления людей на путь истины, таким образом, перевод Корана на другие языки является неизбежным.

На русский язык Коран впервые был полностью переведен только в начале 18 в. По инициативе Петра I за эту работу взялся русский дипломат, «доктор Падуанского университета» Петр Постников. Сделанный с малоудачного французского перевода Дю Рие, этот

труд, вышедший в свет в декабре 1716 г., по словам И.Ю. Крачковского, великое множество «недоразумений». Об этом нам говорят и первые слова заглавия, звучавшие так: «Алкоран о Могомете или закон турецкий» [1, с. 43].

В 1722 г. в Петербурге вышел перевод большой работы Дмитрия Кантемира «De religione et statu Imperii Turcic». В переводе с латыни она была названа «Книга система или состояние мухамеданской религии». Автор не скрывал своего нетерпимого и враждебного отношения к основоположнику ислама Мухаммаду и его учению. Для Кантемира Коран — это «лжеплетений сгромождение, басен собрание», «изобретение враждебного разума».

В 1790 г. известный литератор, директор Казанской гимназии, член российской академии наук М.И. Вревский напечатал свой вариант перевода текста Корана Ю. Рие. Он был опубликован под названием «Книга Алкоран аравлянина Магомета, который в шестом столетии выдал оную за ниспосланную к нему с неба, себя же последним и величайшим из пророков Божьих».

Через два года появился «Алкоран Магомедов», перевод которого с английского варианта Джона Сэля был сделан поэтом А.В. Колмаковым. Этот труд, как и все предыдущие переводы Корана, был переполнен церковно-славянской лексикой, вследствие чего терминологически был далек от живого арабского языка подлинника.

По поучению Екатерины Великой в 1787 г. в России было впервые осуществлено типографское издание арабского оригинала Корана. Для этой цели был специально отлит арабский шрифт, который в дальнейшем использовался для производства репринтных изданий (в 1787–1798 годы было сделано еще пять допечаток этого текста Корана). Тем не менее, вплоть до 70-х годов 19-го в. российские мусульмане, а также русскоязычные читатели были вынуждены довольствоваться вариантом перевода Корана, выполненным неспециалистом с несовершенных европейских переводов. Большую популярность, в частности, приобрел перевод, сделанный К. Николаевым с французского текста А.Б. Казимирского и выдержавший пять изданий (1864, 1865, 1876, 1880, 1901 гг.). Название этого труда звучало так: «Коран Магомета. Переведен с арабского на французский переводчиком французского посольства в Персии Казимирским с примечаниями жизнеописания Магомета» [2, с. 120–121].

Автором первого перевода полного текста Корана с арабского языка на русский стал генерал Д.Н. Богуславский, бывший одним из первых вольнослушателей факультета восточных языков Петербургского университета. В 1859 г. он был приставлен к имаму Шамилю, содержащемуся под домашним арестом в г. Калуге. Будучи в 1860-х гг. драгоманом (переводчиком) российской дипломатической миссии в Стамбуле, Богуславский подготовил полный перевод Корана, однако этот труд так и остался неопубликованным при жизни автора. Он был издан по сохранившейся рукописи только в 1995 г.

В 1878 г. 74-летний востоковед, питомец Московской духовной академии и миссионер Г.С. Саблуков осуще-

ствил новый перевод Корана на русский язык. В течение долгих лет он преподавал арабский, татарский и греческий языки в Казанской академии, хотя в области восточных языков был самоучкой. Г.С. Саблуковым были подготовлены две крупные работы, связанные с изучением Корана: «Приложения к переводу Корана», где дается предметный указатель к Корану, а также «Сведения о Коране, законоположительной книге мохаммеданского вероучения», содержащие систематизированный свод мусульманских исследований, посвященных Корану, и анализ его «внутренних качеств». После смерти автора (1880) его перевод Корана с параллельным арабским текстом был издан два раза (1894 и 1907 гг.) и вплоть до 1963 г. оставался единственным, хотя и малодоступным в СССР источником, который был сделан непосредственно с языка оригинала. В конце 20 века были выпущены в свет репринтные издания перевода Корана Г.С. Саблукова (1990, 1991 гг. В Москве; 1993 г. в Каире). Однако, с течением времени выявились недостатки саблуковского перевода: «Для арабиста ясны были его многочисленные неточности. Для неспециалиста местами его перевод было трудно читать из-за особенностей русского языка перевода, перегруженного архаизмами и зачастую из-за темноты выражений, не позволявшей добраться до обычного смысла». Стало очевидно, что перевод Г.С. Саблукова весьма далек от адекватности, к тому же в нем «имелись специфические выражения, присущие христианской литературе и возникшие в процессе переводов на русский язык Библии и Евангелия» [3, с. 17–18].

В 1921 году работу над переводом Корана с арабского языка начал выдающийся русский арабист Игнатий Юлионович Крачковский. Выпускник факультета восточных языков Петербургского университета (1905), он получил степень магистра восточной словесности (1915), стал доктором филологических наук и действительным членом Академии наук (1921). Академик И.Ю. Крачковский работал преподавателем, заведовал кафедрой восточного факультета ЛГУ, руководил деятельностью Арабского кабинета Азиатского музея. Он является автором около 500 работ по арабскому языкознанию, литературоведению и другим отраслям знаний.

Скрупулезный анализ, необходимый при подготовке русскоязычного текста Корана заставил И.Ю. Крачковского посвятить этому труду 30 лет, однако эта работа так и не была завершена. Через 12 лет после смерти автора (1951) усилиями докт. ист. наук В.А. Крачковской, а также учеников академика был осуществлен выпуск первого издания этого труда (1963). Уже к середине 1980-х гг. он стал библиографической редкостью. Эта работа по переводу Корана, как отмечал Е.А. Резван, «совпадала с началом кризиса советского исламоведения, связанного с тем, что подход к Корану и методы его анализа определялись, в первую очередь, задачами атеистической пропаганды, а сама книга и ее переводы подлежали изъятию из массовых библиотек» [4, с. 19]. В 1986 и 1990 гг. был осуществлен второй выпуск Корана, за которым на волне «перестройки» последовали многочисленные тиражирования этого текста

различными издательствами. В итоге, в течение более чем 30 лет русскоязычные читатели были вынуждены пользоваться не вполне законченным, литературно необработанным, сохранившим в ряде мест форму подстрочника, лишенного параллельного арабского текста и полновесного комментария изданием.

Сверка текста Корана в переводе И. Ю. Крачковского с арабским подлинником, осуществленная доктором исторических наук Теодором Адамовичем Шумовским, выявила 505 случаев неверного перевода отдельных стихов (аятов), 184 случая прямого нарушения смысла, употребление неологизмов (108 случаев), недопустимых в языке средневекового памятника, провинциализмов (33 случая), противопоказанных серьезному переводу. Таким образом, отмечает исследователь, возникли мертворожденные страницы, не дающие истинного представления о всемирно историческом произведении, чье слово живет уже около четырнадцати столетий. Неудивительно потому, что И. Ю. Крачковский в основу методики своего перевода положил отказ от рассмотрения Корана как преимущественно религиозно-философского и законодательного памятника. Он поставил перед собой задачу дать адекватный перевод Корана как первого крупного произведения арабской литературы, написанного прозой, и в этих целях освободил его от традиционных толкований. Сейчас уже трудно со всей определенностью сказать, являлся ли столь непродуктивный подход осознанным или же он был вынужденным: беспартийный академик не мог не осознавать, что в сталинскую эпоху любое иное решение грозило поставить крест не только на его работе, но и на нем самом. Как бы то ни было, в итоге «Таким образом, извлеченная из архива незаконченная работа академика в полном соответствии с общим духом «периода застоя» послужила тормозом к дальнейшему изучению этого важнейшего памятника мировой культуры — Священного Писания мусульман» [5, с. 620].

В 1985 г. работу по передаче смыслов Корана начала выпускница Московского Лингвистического университета Валерия Михайловна Порохова. В 1991 г. после ряда публикаций ее стихотворного перевода Корана в журнале «Наука и религия» был выпущен в свет получивший широкую известность поэтический труд «Коран. Перевод смыслов и комментарии», выдержавший несколько изданий как в стране, так и за рубежом. Этот труд снабжен параллельным арабским текстом, подробными примечаниями к нему и толкованием неясных мест.

Написанный литературно грамотным русским языком поэтический перевод смыслов Корана, осуществленный принявшей ислам В. М. Пороховой, был с воодушевлением встречен заинтересованной публикой. Форма подачи материала, избранная автором перевода, использование им высокого поэтического стиля положительно сказались на литературных достоинствах данного труда, однако в ряде мест отразились на качестве передачи смыслов коранических ниспосланий. Специалисты, отмечая положительные стороны работы В. М. Пороховой, критиковали ее за чрезмерно пафосный стих и «невни-

мательное и порой небрежное отношение к точному значению отдельных слов» [6, с. 332]. Указывалось, что, «хотя в ее издании неоднократно подчеркивается, что перевод выполнен с арабского оригинала, она повторяет большинство ошибок дословного перевода И. Ю. Крачковского и английского перевода А. Йусуфа Али» [7, с. 620].

Новую попытку передать поэтическим языком содержание Корана предпринял Т. А. Шумовский. Первый выпуск его стихотворного перевода был опубликован в 1995 г. В предисловии к своему труду автор писал: «В этом переводе не следует искать пословного воспроизведения памятника: относительно к рифмованному тексту такое действие невозможно.... Но каждая мысль Корана развернуто, тщательно и отчетливо передана в этой книге богатыми средствами русского языка» [8, с. 124]. Однако и этот перевод, впрочем, как и другие, не избежал ошибок, порожденных, в частности, неосведомленностью [автора] об основных мусульманских воззрениях и религиозных предписаниях. К тому же Т. А. Шумовский расположил суры Корана в последовательности их ниспосланий и не сохранил в своей работе традиционное деление Корана на аяты, что крайне затрудняет поиск места, нужного, к примеру, для анализа или цитирования.

В 1995 г. был осуществлен выпуск Корана в переводе дагестанского профессора Мохаммед — Нури Османовича Османова, которому помогала группа российских исламоведов. Второе, переработанное и дополненное издание этого труда, вышло в свет в 1999 г. Текст Корана снабжен подробными примечаниями и комментариями, а в качестве приложения к нему дан труд Джалал ад-дина ас-Суйути «Причины ниспослания».

Высокую оценку специалистов получил перевод Корана, который подготовила профессор Бетси Яковлевна Шидфар (1928—1993). Она не успела опубликовать его при жизни и ее труд впервые увидел свет в 2003 году.

В последние годы появились переводы Корана на русский язык, осуществленные востоковедами бывших союзных республик. Среди них следует выделить переводы Корана, подготовленные таджикским филологом Алимом (Алимджаном) Гафуровичем Гафуровым (2000), азербайджанским исламоведом Эльмиром Кулиевым (2002), а также переведенный Ч. Г. Гусейновым с огузского языка текст Корана средневекового ученого Ибн Гасана, расставившего коранические главы в хронологической последовательности их ниспослания (2000).

Растет число переводов Корана на русский язык, сделанных в странах дальнего зарубежья. Один из них под названием «Священный Коран» был опубликован (в переводе с английского) Ахмадийским обществом (Лондон). Значительным представляется также труд двух египетских переводчиков — профессора русского языка Каирского университета Айн-Шамс Сумайн аль-Афифи и ее коллеги по университету профессора русской литературы Абд ас-Салама аль-Манси. В 2001 г. в Казани вышло в свет подготовленное ими сокращенное толкование Корана «Аль-Мунтахаб фи тафсир аль-Куран аль-карим».

Толкование Корана на русском языке» («Аль-Мун-тахаб») этих авторов был выпущен в 1993 г. в мюнхенском издательстве «Бавария». Это 4-томный труд «Значение и смысл Корана», в котором перевод Корана дополнен богатыми комментариями средневековых и современных мусульманских ученых. Второй, доработанный и исправленный выпуск этой работы был опубликован в Москве издательством «Сауримо» в 2002 г.

Однако с сожалением следует признать, что в этом направлении сделано еще очень мало, и до сих пор остается актуальным следующее горестное замечание А.Е. Крымского: «Русская литература чрезвычайно бедна не только оригинальными, но даже и переводными сочинениями о Мохаммеде: как не странно, но Россия, несмотря на то, что исстари имела мусульманских подданных, всегда отличалась невежеством насчет их истории, религии и т. д». [9, с. 126].

Литература:

1. Крачковский, И. Ю. Очерки по истории арабистики. М., 1950. с. 43.
2. Алиев, А. А. Коран в России: источник знаний или объект мифотворчества. М., 2004. с. 120—121.
3. Беляев, В. Грязневич П. Предисловие // Коран/Пер. и коммент. И. Ю. Крачковского. М., 1990 г., с. 17—18.
4. Резван, Е. А. Коран и коранистика // Ислам: Историографические очерки/Под общ. Ред. С. М. Прозорова. М., 1991. с. 19.
5. Османова, М. — Н. О. Коран. перевод с арабского и комментарии, М., 1999. с. 620.
6. Кулиев, Э. Р. На пути к Корану. Б., 2003. с. 332.
7. Османова, М. — Н. О. Коран. перевод с арабского и комментарии, М., 1999 г. от переводчи, с. 620.
8. Алиев, А. А. Коран в России: источник знаний или объект мифотворчества. М., 2004. с. 124
9. Алиев, А. А. Коран в России: источник знаний или объект мифотворчества. М., 2004. с. 126.

Филология и лингвистика

Научный журнал

№ 2 (02) / 2015

Редакционная коллегия:

Главный редактор:
Ахметов И. Г.
Члены редакционной коллегии:
Арошидзе П. Л.
Брезгин В. С.
Велковска Г. Ц.
Желнова К. В.
Кучерявенко С. А.
Матроскина Т. В.
Яхина А. С.

Ответственные редакторы:
Кайнова Г. А., Осянина Е. И.
Международный редакционный совет:
Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Художник: Шишков Е. А.
Верстка: Бурьянов П. Я.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

Адрес редакции:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

E-mail: info@moluch.ru

<http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2412-4028

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», , 420029, г. Казань, ул. Академика Арбузова, д. 4