

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»
(ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»)

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ:
ПЕДАГОГИКА, ЛИНГВИСТИКА,
МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Сборник материалов
Межвузовской научно-практической конференции

ЧАСТЬ 3

Межкультурная коммуникация
и кросс-культурные исследования

Москва - 2022

УДК 81:378.147
ББК 81
И 683

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ: АКАДЕМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА. Сборник материалов Межвузовской научно-практической конференции/ Под ред. Е.В. Николаевой. – В 3-х ч. – Ч. 3. Межкультурная коммуникация и кросс-культурные исследования. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2022. – 174 с.

Настоящий сборник содержит статьи и тезисы докладов, представленные на Межвузовской научно-практической конференции «Иностранный язык в профессиональной сфере, педагогика, лингвистика, межкультурная коммуникация» (18-20 октября 2021 г., РГУ им. А.Н. Косыгина). Проблематика докладов охватывает вопросы, связанные с инновационными технологиями обучения иностранным языкам в современной информационно-образовательной среде, лингвистические и социокультурные аспекты профессионально-ориентированного обучения иностранному языку, а также проблемы межкультурного взаимодействия в языке, в социуме и в профессиональной деятельности.

Редакционная коллегия

к. культурологии, доцент Николаева Е.В.; к.ф.н., доцент Башмакова И.С.; к.ф.н., доцент Савицкая Т.П.; ст. преп. Юрина Т.Н.; ст. преп. Казарян О.В.

Рецензенты

д. филол. н, проф. Щипицина Л.Ю. (САФУ им. М.В. Ломоносова);
к. филол. наук, доц. Амурская О.Ю. (ИФМК КФУ);
к. культурологии, доц. Николаева Е.В. (РГУ им. А.Н. Косыгина);
к. филол. н., доц. Башмакова И.С. (РГУ им. А.Н. Косыгина);
к. филол. н., доц. Савицкая Т.П. (РГУ им. А.Н. Косыгина)

ISBN 978-5-00181-250-0

© ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2022
© Коллектив авторов, 2022
© Обложка. Дизайн. Николаева Н.А., 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Арсентьева Ю.С. <i>National and cultural specifics of Russian and English non-equivalent phraseological euphemisms</i>	5
Баранова А.Р., Сабиров Б.Ф. <i>Features of the functioning of borrowings from the English language in the sphere of sports terminology in the media</i>	11
Баранова А.Р., Шафигуллина К.С. <i>The adaptation processes of borrowed lexical units based on English folklore works</i>	15
Бедрицкая М.И., Башмакова И.С. <i>Использование нестандартных материалов для создания одежды как опосредованная форма коммуникации в молодежной среде</i>	21
Бестолкова Г.В., Сото Веласкез А.Г. <i>Основные трудности изучения французского языка для испаноязычных студентов</i>	25
Боваева В.Э. <i>Языки и культуры: вклад в мир и согласие (опыт Калмыкии)</i>	30
Бородина П.А., Николаева Е.В. <i>Эклектика как тенденция в средовом дизайне XXI века</i>	35
Гаврилова Ю.В. <i>Наследие кельтских племен в современной Великобритании и у славянских народов</i>	39
Данилова Н.Н., Казарян О.В., Бузоева М.Д. <i>Межкультурный аспект в процессе формирования навыков эффективного иноязычного общения</i>	44
Каюкова А.Е., Аvezова Б.С. <i>Барьеры межкультурной коммуникации и способы их преодоления</i>	51
Кирютенко А.Э., Аvezова Б.С. <i>Роль иностранного языка в управленческой деятельности</i>	56
Князева П.А., Аvezова Б.С. <i>Новации в межкультурной коммуникации fashion брендов в период пандемии Covid-19</i>	60
Кожевникова Ж.А. <i>Особенности вербализации концепта счастье / 幸世 в русском и японском рекламном дискурсе</i>	64
Кузнецов А.Н., Николаева Е.В. <i>Cultural interaction between Russia and the USA on the current stage</i>	71
Кулакова В.В. <i>Лексические заимствования в английском языке из немецкого языка на примере социальных сетей</i>	76
Левина Е.С., Шутова Т.И. <i>Репрезентация лингвокультурного концепта 'independence' в американской языковой картине мира</i>	80
Лунев Н.О. <i>Ненормативнее значит моднее? (к вопросу о границах дозволенности и возможных санкциях к модным брендам)</i>	87
Меляхматова К.Р. <i>Фоссилизация в речевой компетенции специалиста по коммуникациям</i>	92
Микрюков Я.А., Громаковский А.Р., Мамонова Е.Ю. <i>Метафорические модели представления политики Евросоюза и его партнеров в англоязычной прессе</i>	96

Никулина Е.Р. <i>Perception stereotypes in cross-cultural communication on the example of the Russian diplomatic discourse</i>	102
Образцова В.М. <i>Функционирование английских заимствований в русском языке со значением «машинный перевод»</i>	107
Опанасец А.С. <i>К вопросу о необходимости формирования межкультурной компетенции бакалавров социально-гуманитарных направлений подготовки</i>	110
Пестрецова К.И., Николаева Е.В. <i>Loan words in the Russian language</i>	116
Россохина И.Д., Николаева Е.В. <i>American and British English in the field of public and municipal administration</i>	120
Рубакова И.И., Васько А.О. <i>Переключение и смешение языковых кодов в речи русско-английских билингвов как возможное проявление начальной стадии языковой аттриции</i>	124
Савина А.А., Левина Л.М. <i>«Американская мечта» в американской лингвокультуре: национальный феномен или культурный бренд?</i>	134
Салямova К.А., Николаева Е.В. <i>Anglicisms in the Russian economic terminology</i>	141
Сатибалдиев Э.К. <i>Языковое контактирование: билингвизм, полилингвизм, интерференция</i>	144
Сизова О.С. <i>Сравнительный анализ фразеологизмов с компонентом цвета «красный» в английском, немецком и русском языках</i>	150
Синеглазова С.А., Амурская О.Ю. <i>Блогер американской культуры как представитель своей нации (на материале Инстаграм-аккаунта Оливии Родриго)</i>	154
Хамидуллина Е.Р., Авезова Б.С. <i>Важность и особенности межкультурной коммуникации в современном мире</i>	157
Худенкова Д.А., Николаева Е.В. <i>Cross-cultural analysis of the relationship between the concepts of “management” and “управление”</i>	161
Шовгурова В.О. <i>Особенности заимствования англоязычных гастрономических терминов (на материалах меню кофейен «Чайкофский» и «Prezent» города Элисты)</i>	164
Якубов З.К. <i>Информативная функция языка и передача межкультурных ценностей (на материале русского и английского языков)</i>	169

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ БЕЗЭКВИВАЛЕНТНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ- ЭФЕМИЗМОВ

Арсентьева Ю.С.

Казанский федеральный университет
Казань, Россия

Статья посвящена изучению национально-культурной специфике безэквивалентных русских и английских фразеологизмов-эвфемизмов. Дифференциальные особенности эвфемистической номинации наблюдаются в обоих языках. Научная новизна исследования заключается в идентификации фразеологизмов-эвфемизмов, отражающих особенности жизни, типичные для России, США и Великобритании.

Ключевые слова: фразеологизм-эвфемизм, национально-культурная специфика, безэквивалентные фразеологические единицы, фразеологическое значение, эвфемистическая номинация.

NATIONAL AND CULTURAL SPECIFICS OF RUSSIAN AND ENGLISH NON-EQUIVALENT PHRASEOLOGICAL EUPHEMISMS

Arsentyeva Yu. S.

Kazan Federal University

The article is devoted to the study of the national and cultural specificity of non-equivalent Russian and English phraseological euphemisms. Differential features of euphemistic nomination are observed in both languages. The novelty of the research is in the identification of phraseological euphemisms that reflect typical life realities in Russia, the USA, and Great Britain.

Key words: phraseological euphemism, national and cultural specificity, non-equivalent phraseological units, phraseological meaning, euphemistic nomination.

The presence of non-equivalent phraseological units that do not have phraseological correspondence in the compared languages can be considered as one of the most striking characteristics of the national-cultural originality of the phraseological funds of languages which reflect the national originality of the perception of the native speakers' world. The presence of such phraseological units can be due to extra-linguistic factors: the individuality of historical experience, the peculiarities of the lifestyle of native speakers, their mentality, cultural identity, religious beliefs, etc., while these phraseological units, as a rule, ex-

press national realities, customs, traditions, superstitions, stereotypes, peculiarities of perception of the surrounding reality of this or that nation. “Sometimes in the semantics of phraseological units, a different understanding of the typical industrial, or any other situations different from the understanding of other peoples, can be fixed” [3, p. 158].

Phraseological euphemisms combine typical features of both phraseological and euphemistic units. They are characterized by rethinking of meaning, separability, stability (lexical and grammatical), imagery and high significance of connotation in the structure of their phraseological meaning. The main purpose of the euphemistic nomination is to soften and veil taboo or socially and morally condemned real denotations. The main reason for the softening and veiling of the signification-denotational component of the meaning of phraseological euphemisms is the motivating image which contains the phraseological and euphemistic nominations [1].

The manifestation of the national and cultural specificity of phraseological euphemisms of the Russian and English languages is revealed in a fairly large layer of the compared phraseological material, which can probably be explained not only by the selectivity of the phraseological nomination of the speakers of these languages, but also by the presence of specific features of their life, peculiarities of attitude towards forbidden or undesirable phenomena, historically formed mentality.

Both in Russian and in English, this group of phraseological euphemisms includes euphemistic units of different temporal appearance in the language, however, the Russian language is characterized by the presence of linguistic units that appeared in the Russian phraseological fund in the 19th century. Some of them are now obsolete. Thus, for example, the linguistic euphemism “божий дар” with the meaning “bald head” was recorded as euphemism in the speech of barbers (hairdressers) of “old Moscow” and then it entered into the speech use. Also, the speech of barbers in the 19th century was due to the phraseological euphemism “душу в покаяние пустить” – ‘to induce artificial vomiting’, on the reason that at that time hairdressers provided medical services as well.

The pre-revolutionary obsolete expression “гороховое пальто”, which was used ironically to refer to an agent of the tsarist security department, a detective, was based on the custom of these agents to wear pea-colored coats. The euphemistic expression “гороховая шинель” has the same meaning. The outdated expression “зеленая улица” means beating by two rows of soldiers. In the “Dictionary of euphemisms of the Russian language” by E.P. Senichkina, the following designation of this everyday name of punishment, practiced in pre-revolutionary Russia, is given: “... the punished person walked between two rows of soldiers striking with rods or gauntlets” [2, p. 136].

The twentieth century, with its striking contradictions, features of the historical development of Russia and the English-speaking countries, could not fail to find its worthy reflection in the composition of the euphemistic units of the

Russian and English languages. The formation of the Soviet power, the emergence of the USSR, the history of the country's development are directly reflected in euphemistic units, the purpose of which was to camouflage negative, sometimes terrible events and phenomena of the past of the state. It is the direct connection with extra-linguistic phenomena, with historical events that led to the manifestation of the etymological level of manifestation of the national and cultural identity of Russian non-equivalent phraseological euphemisms of this group. Such euphemisms, as a rule, refer to the social euphemisms. Some of them have the character of a Soviet euphemism. For example, the figurative basis of the phraseological euphemism of the Stalin era "великая чистка" with the meaning of 'the period of state terror unleashed by Stalin on the Soviet Union in 1935-1938', known in the West as "сталинские чистки", on the one hand, emphasizes the enormous scope repressive actions in these years, on the other hand, ideologically covers up the committed lawlessness by allegedly "cleansing" the party ranks from alien elements and real enemies who made their way into the party in previous years. In this example, we see a clear action of three levels of manifestation of the national and cultural specifics of this expression, and the etymological level is not inferior in importance to the level of aggregate phraseological meaning. It is the absence of such a "cleansing" in the English-speaking countries and, consequently, the absence of its linguistic designation in the language worldview that puts this euphemistic expression in a number of non-equivalent linguistic units of the Russian language.

The failures and blunders of the socialist era found their designation in the social euphemistic unit "болезни роста", and the desire of party bosses to enrich their pockets at the expense of the country's budget and behave meanly is designated as "вести себя нескромно" – meaning 'steal, intrigue, etc. (other names for defamatory actions). About a party grabber, a corrupt official, etc.'

The end of the twentieth century enriched Russian euphemistic phraseology with expressions that directly reflect the events which took place in the country during the perestroika and post-perestroika times. So, the social expressions of publicistic speech, used since 1991, the "вертикаль власти" and "властная вертикаль" appeared as a designation of a rigid system of public administration: "The system of public administration, based on the unconditional subordination of the lower levels of government to the upper ones. Strong effective presidential power" [2, p. 83]. Since the end of the twentieth century, the phraseological unit "военные отряды" – 'armed bandit formations within the country' has been recorded as a social euphemism used in official business and publicity speech, and the intervention is covertly called "братская помощь". The war in Chechnya "produced" the non-equivalent euphemistic units "военный этап восстановления Конституции" and "восстановление действия Конституции". The first of these expressions is fixed as a euphemism of the end of the twentieth century and is used in publicistic speech, the second expression, denoting the war of the nineties with the Chechen Republic, refers to social

euphemisms and is fixed as a euphemism in the last 5 years of the twentieth century. It is quite understandable that such Russian non-equivalent euphemisms also unite the etymological level of manifestation of national and cultural specificity. Not only malicious violations of the law or “братская помощь” with the conduct of hostilities lead to the appearance of non-equivalent phraseological euphemisms in the Russian language. A number of euphemistic units reflect the peculiarities of everyday life of Soviet and Russian citizens of the recent decades. Some examples are the following. The expression “вызвать на ковер” – ‘summon for a reprimand, bring to justice in a situation about a boss and a subordinate’ appeared in the second half of the twentieth century. The exchange of housing with a monetary surcharge has been reflected since the end of the twentieth century in the Soviet euphemism “обмен по договоренности”, and stale bread since the end of the twentieth century has been referred to as “для сухарей”. The latter designation is based on inscriptions in the price tag in stores. The expression “между глаз на метр ниже” – ‘the threat of a blow below the belt’ has been recorded since the beginning of the nineties of the twentieth century. This colloquial, rarely used euphemism with an ironic emotive label arose as a euphemism for the speech of children aged 8-12.

Widespread cheat sheets in Russia “в схемах и таблицах” have been designated since the beginning of the XXI century. This nomination is explained as follows: ‘Additional inscription on textbooks, “delicately encrypting”, that they are not, in fact, textbooks, but ready-made cheat sheets. All that remains is to cut and fold them’ [2, p. 76].

Two euphemistic expressions with a transferred meaning, denoting a situation that is possible only in our country, attract much attention: “мысли набросать” and “рыбу принести (написать и т.п.)”. The meaning of both phraseological euphemisms is ‘to write a review instead of the reviewer by the author of a scientific work (diploma, candidate's, doctoral), scientific book, etc., which the reviewer only signs. In a situation where it is necessary to agree on this “delicate matter” [2, p. 76]. The semantics of these non-equivalent euphemistic expressions in English can be conveyed only with the help of a detailed descriptive translation. Unfortunately, such practice exists in the country (and, accordingly, is reflected in the language worldview) due to the extraordinary and incomparable workload of the teaching staff and the lack of state payment for such work. The absolute opacity of the meaning of the second phraseological euphemism encrypts such practice in the country very well and can cause misunderstanding. It is obvious in the following example.

“Он согласился быть оппонентом ее диссертации и говорит: «Ну, хорошо. Я согласен. *Приносите рыбу...* А аспирантка была из Астрахани. Через три месяца звонок в дверь, стоит аспирантка, держит мешок рыбы. Им, в Астрахани, все рыбу заказывают. Так он сам отзыв писал и рыбу весь год по знакомым в Москве раздавал – раздавал. Говорит: «Вся квартира рыбой пропахла!» [2, p. 378].

The new realities of the twentieth century are also reflected in the euphemistic phraseological worldview of native English speakers. Thus, the war in Vietnam and refugees who tried to escape the horrors of the war and American soldiers were reflected in the non-equivalent phraseological euphemism “boat people” meaning ‘refugees from Vietnam fleeing by sea’. The mixture of illegal drugs received the beautiful name “fruit salad”, and the modern realities of life, which severely limit the social lift for many people, have been nominated using the phraseological euphemism “glass ceiling” – ‘the level above which certain categories of people are unlikely to be promoted’. The typical vacation of many Americans, British and Canadians in Cuba and their observations of local residents, who are not tall in comparison with northern races, formed the basis for the emergence of the euphemistic unit “Cuban heels” – ‘thick sole and heel to increase growth’.

As a number of the above examples show, the national and cultural specificity of these English phraseological euphemisms is manifested not only at the level of aggregate phraseological meaning, but is also closely related to the peculiarities of their origin. However, most often we observe the manifestation of two levels of national and cultural specificity in phraseology, namely, the connection between the aggregate phraseological meaning and figurative components, i.e. prototypes of the phraseological euphemisms studied by us.

Thus, for example, the image of deep sleep underlies the creation of an English non-equivalent phraseological euphemism “deep sleep”, the meaning of which in both English and Russian is conveyed in the form of an extended interpretation of ‘a prolonged period of inactivity by a spy to obtain a position or trust in the society to attack’.

The phraseological euphemism of American English “to eat the Bible” – ‘to stipulate oneself’ – is associated with the image of the Bible as the most sacred and most cited book of native English speakers. The development of the euphemistic meaning of this expression is not entirely clear, since the original meaning of the expression was associated with a careful study of the Bible as the word of God, as a taste of the immutable divine truth. It is in this sense that this expression is used in the book by the pastor Nate Pitskovich “How to Eat Your Bible: Simple Approach to Learning and Loving the Word of God”, which was published in early 2021 [4].

Picketing as a form of protest, in which people gather near the workplace in an attempt to prevent workers from entering the workplace in order to draw public attention to a problem, originated in the UK in the twentieth century. As a rule, such pickets are of a peaceful nature and are a common practice of trade unions during strikes. The picketers seek to keep union dissidents or others out of work. The most famous strikes of British miners with the use of picketing have started from the second half of the twentieth century. This extra-linguistic phenomenon was reflected in the English language using the phraseological euphemism of Anglicism “flying picket” with the meaning ‘a crowd from afar try-

ing to prevent others from working’, which has no phraseological correspondence in Russian. The use of the lexeme “flying” emphasizes the fact that the picketers gathered from different parts of the UK to participate in such strikes, and contributes to the creation of a vivid and memorable image. Thus, the national and cultural specificity of this linguistic unit is manifested at three levels: at the level of aggregate phraseological meaning, figurative components and the etymological level. A feature of the English phraseological euphemisms is the presence of units used as “on both sides of the Atlantic”, i.e. included in the general phraseological fund of the English language, and typical for use only in the American or British version of the English language and having the corresponding labels in the dictionaries of the territorial distribution of Br. (British) or Am. (American); moreover, Americanisms significantly prevail over Anglicisms. For example, the imperfection of the police system in the United States and sometimes a rather derisive attitude towards its servants and attributes, caused the emergence of euphemistic phraseological units in the American version of the English language: “field associate” Am. – ‘police officer accused of corruption’, “Black and Whites” Am. – ‘police’ (association for the color of a police car), “bird in the air” Am. – ‘a police helicopter that monitors the movement (transport)’.

Phraseological euphemisms also include the following units: “fair-haired boy” Am – ‘someone who is unfairly supported, favored, helped to unfairly advance in a political or other career’, “five-fingered discount” Am. – ‘price reduction due to theft. Refers to goods stolen and then sold below their market price’. It is interesting to note that the English word “fair-haired” also has a lexico-semantic variant ‘beloved’, which contributes to the appearance of the indicated meaning of the phraseological euphemism, and the image underlying the second unit helps to clearly understand what caused the price reduction. Phraseological euphemism “down the line” meaning ‘in poorer parts of the city’ is used to designate the location of brothels, gambling establishments and other similar hot places in the United States. Anglicism “appearance money” Br. has the meaning ‘incorrect payment for participation in the event. Openly bribed athletes who wanted to maintain their amateur athletics status to compete in athletics veiled the dishonest behavior of certain athletes involved in athletics in the UK.

To sum up, the existence of a number of the Russian linguistic units nominating outdated phenomena and practices, as well as the presence of social euphemisms, the so-called Soviet euphemisms, directly related to the unsightly facts of the history of our country, are distinguished as differential characteristics. Non-equivalent phraseological euphemisms, reflecting new realities of the twentieth century, typical of English-speaking countries have been identified in the English language. Only the English language is characterized by the presence of so-called Americanisms and Anglicisms, covertly denoting the features of life and work in the United States and Great Britain with a significant quantitative prevalence of American euphemisms. At the same time, the vast majority

of phraseological euphemisms belong to the general phraseological fund of the English language.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Арсентьева Ю.С.* Фразеологизмы-эвфемизмы в английском и русском языках: Дис. ... канд. филол. наук. – Казань: КФУ, 2012. – 177 с.
2. *Сеничкина Е.П.* Словарь эвфемизмов русского языка. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 464 с.
3. *Сопоставительная лингвокультурология* /Под ред. В.В. Воробьева. – Уфа; РИЦ БашГУ, 2015. – 258 с.
4. *Pitskovich N.* How to Eat Your Bible: Simple Approach to Learning and Loving the Word of God. URL: <https://www.amazon.com/How-Eat-Your-Bible-Approach/dp/0802420397> (дата обращения 04.09.2021).

УДК 811.111-26

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЗАИМСТВОВАНИЙ ИЗ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СФЕРЕ СПОРТА НА ОСНОВЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Баранова А.Р., Сабиров Б.Ф.

Казанский Инновационный Университет имени В.Г. Тимирязова
Казань, Россия

Работа посвящена особенностям функционирования лексики, заимствованной из других языков, в сфере спорта в средствах массовой информации. Рассматриваются причины возникновения англоязычных заимствований в русском языке. Практическая часть исследования содержит анализ особенностей функционирования заимствований. На основе данного анализа представлена структурная классификация заимствований англоязычной спортивной терминологии в российских средствах массовой информации.

Ключевые слова: английский язык, заимствования, русский язык, СМИ, классификация спортивной терминологии, лингвистика.

FEATURES OF THE FUNCTIONING OF BORROWINGS FROM THE ENGLISH LANGUAGE IN THE SPHERE OF SPORTS TERMINOLOGY IN THE MEDIA

Baranova A.R., Sabirov B.F.

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov
Kazan, Russia

The work is devoted to the peculiarities of the functioning of vocabulary borrowed from other languages in the field of sports in media. It considers the reasons of the emergence of borrowings in the Russian language. The practical part of the study contains an analysis of the features of the functioning of borrowings. Based on the analysis, a structural classification of borrowings of sports terminology in the Russian mass media is presented.

Key words: borrowing, English language, Russian language, media, classification of sport terminology, linguistics.

The relevance of the chosen topic lies in the fact that in the modern world, borrowing of words is an integral part in every field of activity. Modern media reflect the main socio-economic processes in society and transformations in the language. Any phenomenon or event in one form or another is reflected on the pages of newspapers and magazines, on TV screens, in the news feeds of Internet portals. It is no secret that the influence of social media on a language is sometimes very significant, since different lexical units and borrowings are emerging in newspapers and magazines [1], and they are permanently included in our speech, take root in it.

The purpose of this work is to identify the functional features of borrowed English vocabulary in the sphere of sport in the Russian media.

The stream of borrowings into the Russian language especially increased in the 90s of the 20th century [2]. This is due to changes in the sphere of political life, economy, culture and moral orientation of the society. There is also an expansion of foreign language vocabulary in all areas.

Possible reasons for the occurrence of borrowings in Russian:

1) technical progress of the 20th century. Words borrowed from English and German are the names of gadgets and new phenomena for that time;

2) appearance of new concepts and phenomena that needed a name. Such words as *computer*, *internet*, *calculator* and others appeared in the Russian language in the 20th century for this reason;

3) words that came to the Russian language from English could appear in our speech due to the spread of the English language throughout the world. For example, in sports;

4) emergence of such a trend as the designation and naming of an integral object, in one word. The reason for this trend was the lack of an analogue of the borrowed word [3, c. 4-7].

All of these factors have become a reason for the widespread usage of a large number of borrowed words in modern Russian.

Having studied the print press and digital publications the following classifications of borrowed vocabulary in the field of sports were identified in the Russian language.

The thematic classification is presented in the following form:

1. Names of sports. This group is represented by such words as: *football*,

basketball, rugby, baseball, volleyball, cricket, MMA, bobsleigh, sprint, darts, golf, box, wrestling, skysurfing, workout, drag-racing, drift, base-jumping, rally, gymkhana, carting, paintball.

2. Names of positions and specialization of sportsmen and professionals involved take part in sports activities. The thematic group includes: *referee, coach, sportsman, champion, outsider, captain, fighter, goalkeeper, arbiter, fan, winger, poacher, striker, forward, dribbler, umpire, catcher, pitcher, batter, runner, quarterback, receiver.*

3. Names of different techniques, movements, positions in the game. The thematic group is represented by such borrowings as: *knockout, pass, feint, combination, knockdown, grappling, clinch, dribbling, pressing, mount, back-fist, low-kick, high-kick, middle-kick, hook, forehand, backhand, jab, slipstream, save, assist, buzzer, block-shot, backdoor, drop-step, layup, layin, floater, pocket, put-back, air-ball, homerun, fly-ball, pass-ball, kick-off, touchdown, down.*

4. Names of sports equipment. The group includes such words as: *racket, football boots, snowboard, bit, shorts, jersey, sleek.*

5. Terminology from the rules (sports violations and punishments). Includes the following words: *offside, out, disqualification, foul, penalty.*

6. Terminology related to the position of a team or athlete in relation to the standings. This thematic group is mainly represented by borrowings related to the stages of competitions, matches and their outcomes: *play-off, leadership, record, title, final, shot-out.*

7. The name of the sports grounds and their components. This group is represented by such borrowings as: *ring, track, court, hall, start line, finish line, pit-line, box (in auto sport), wing, outfield, dugout, end-zone.*

Based on the types and number of components of the word, the borrowings from the English language that are given in the thematic classification can be divided into the following structural groups:

1) Borrowings with one root. Such words as: *pass, goal, box, break, ring, clinch, double, combination, jab, hook, racket, mount, out, court, hall, foul, dribbling, coach, darts, golf, grappling, captain, fighter, fan, referee, penalty, track, sleek, jersey, floater, dribbler, pocket, assist, buzz, save, summary, wing, pitcher, batter, runner, receiver, down, record, title, final, umpire, catcher, pitcher, carting, rally, gymkhana, champion.*

2) Borrowings consisting of two roots. This structural group includes such words as: *underdog, snowboard, outsider, back-fist, knockout, workout, kitesurfing, slipstream, undercut, bobsleigh, football, volleyball, basketball, base-jumping, baseball, backhand, backfist, goalkipper, comeback, highlight, airball, putback, backdoor, quarterback, flyball, touchdown, shoutout, outfield, dugout, paintball.*

3. Complex compound borrowings, written with a hyphen. This group includes the following words: *Drug-Racing, Big-air, Break-point, Time-out, Pit-*

lane, Short-track, Half-pipe, middle-kick, high-kick, low-kick, play-off, pace-car, Pole-position, lay-up, lay-in, drop-step, block-shot, home-run, passed-ball, kick-off, end-zone.

4. Borrowings containing proper names. Such words as: *Manchester United, Leicester City, stadium «St. James' Park», Daytona 500, Queens Park Rangers, Celtic Football Club, Arsenal Football Club, Manchester City, Etihad Stadium, Liverpool Football Club, Anfield Stadium, Montreal Canadiens, Vancouver Canucks, Washington Capitals, Los Angeles Lakers, Utah Jazz, Chicago Bulls.*

5. Abbreviations. Examples of this structural group are: *UFC (Ultimate Fighting Championship), MMA (Mixed Marshal Arts), NASCAR (National Association of Stock Cat Auto Racing), WWE (World Wrestling Entertainment), NBA (National Basketball Association), NHL (National Hockey League), NFL (National Football League), UEFA (Union of European Football Association), MLS (Major League Soccer), MLB (Major League Baseball).*

More than a hundred sports borrowings from the English language have been revealed in the Russian media. All vocabulary was presented in the form of thematic and structural classifications, two analyzes were carried out on this basis.

The thematic classification demonstrated that the group of borrowings denoting the name of various techniques, movements, positions in the game is the most numerous. Sports such as football, basketball and mixed martial arts are the main sources of borrowed sports vocabulary (football – 15%, basketball – 17.5%, mixed martial arts – 18.5%).

Based on the structural classification, it can be concluded that the group of borrowings, consisting of one root, is the most extensive (40% of all borrowed words). In turn, the borrowings that include proper names and abbreviations, on the contrary, are represented by a relatively small number of borrowings (only 20%).

To sum up, it can be noted that borrowings have penetrated into all spheres of human life, and the use of foreign language vocabulary has become a ubiquitous and constant phenomenon. Thanks to the active development of mass communication, an increasing number of borrowed vocabulary appears in the Russian language every day.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Егорова О.С., Никитин Д.С.* Тематическая классификация новых англицизмов (на материале современной российской газеты) // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – №1 (1). – С. 137-141.

2. *Привалова И.В.* Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации). – М.: Гно-зис, 2005. – 472с.

3. *Султанаева В.Р.* Причины заимствования слов и их использова-

ния в современном русском художественном рассказе (на материале рассказов А. Игнатовой) // Юный ученый. – 2019. – № 5 (25). – С. 4-7. – URL: <https://moluch.ru/young/archive/25/1531> (дата обращения 2.10.2021).

УДК 811.111-26

ПРОЦЕССЫ АДАПТАЦИИ ЗАИМСТВОВАННЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФОЛЬКЛОРНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

Баранова А.Р., Шафигуллина К.С.

Казанский Инновационный Университет имени В.Г. Тимирязова
Казань, Россия

Статья посвящена процессу адаптации заимствованных лексических единиц на основе английских произведений фольклора. В работе рассматриваются способы, особенности и классификация заимствований из немецкого, французского, латинского языков. Целью данной статьи является выявление особенностей адаптации заимствованных лексических единиц. Объектом исследования являются англоязычные фольклорные произведения, в то время как предмет исследования – это заимствованные лексические единицы. Практическая часть исследования содержит анализ и сравнение англоязычных произведений фольклора в аспекте использования в них заимствований из немецкого, французского, латинского языков.

Ключевые слова: лингвистика, язык, заимствование, заимствованное слово, ассимиляция, язык-реципиент, история языка, фольклор, адаптация.

THE ADAPTATION PROCESSES OF BORROWED LEXICAL UNITS BASED ON ENGLISH FOLKLORE WORKS

Baranova A.R., Shafigullina K.S.

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov

The article, based on the works of English folklore, is devoted to the adaptation processes of borrowed lexical units in the English language. Ways, particular qualities, classification of borrowed lexical units from German, French and Latin languages are considered in this paper. The purpose of this article is to identify the features of adaptation of borrowed lexical units. The object of the research is the English-language folklore works. The subject of the research is

borrowed lexical units. Practical part of the research includes analysis and comparison of the English-language folklore from the side of using there borrowed lexical units from the German, French and Latin languages.

Key words: linguistics, language, borrowing, borrowed words, assimilation, recipient language, history of language, folklore, adaptation.

Language is not only a symbol of verbal communication, but also is the most common way of conveying the information through words. Almost all new lexical units appeared in a language during this process. Moreover, the reason of such innovation can be a historical event, which lasts for decades. In this case native speakers of different languages are in unavoidable contact. It can be the explanation of borrowing lexical units from one language to another.

In this article a language, from which lexical element is borrowed is called an “origin-language”, while a language, into which the borrowing comes is called a “recipient language”.

Borrowing is an appeal to vocabulary of other languages to express new concepts and to designate new objects. The result of it is borrowed word – lexical unit, which was borrowed from another language. Generally, such words change in phonetic form, spelling, paradigm in accordance with the rules of the recipient language [5, p. 28].

Depending on the aspect of borrowing, all borrowed words can be divided into several groups: phonetic borrowing, morphemic borrowing and translation. The last one is divided into transcription, transliteration and calque.

However, consideration should be given to the process of adaptation. As soon as a borrowed word is integrated into a recipient language, it goes through phonological and inflectional adaptation. It is important to add, that the degree of adaptation depends on a quite number of factors:

1. source language family;
2. method of borrowing, i.e. oral or graphical;
3. frequency of usage of the borrowed lexical unit;
4. duration of borrowing process.

According to these aspects, borrowings are subdivided into assimilated, partially assimilated and non-assimilated.

Completely assimilated borrowings not only do not look like foreign words, but also totally comply with the rules of the recipient language. For instance, usage of the affix «-ed» in the end of a borrowed verb for denoting the past time (e.g. correct– corrected). Also, some of completely assimilated words take a part of the basic English word-stock (e.g. Scandinavian word «take» or Latin word «wall»).

Partially assimilated words in its turn have particular qualities, for example, words, which have unpronounceable consonants at the end (e.g. queue) or borrowings with specific plural form (e.g. formula – formulae).

Non-assimilated words (barbarisms) are borrowings, which have not been

assimilated in the English language. What is more, it is not hard to guess the origin of such words, because barbarisms retain the flavor of the origin-language. It is important to add, that the English language usually has the equivalent to barbarisms (e.g. «ciao» means «good bye»).

As was mentioned above, borrowing is unavoidable process of language development. Since the beginning of time history of the English nation includes decades of battles and conquests. Also, ancient tribes from the British Isles had trade relations with The Roman Empire. That was why some words, which were borrowed from the Latin language had a connection with new types of goods.

It should be noted, that the typical process of Latin borrowing's adaptation is the reduction of affixes «-um» and «-us», which meant masculine and neuter words.

The example of it can be found in the ancient legend «Wise men of Gotham». The story says: «He dressed in a long black mantle...» while the word «mantle» is assimilated borrowing from Latin «mantellum». We can see the replacing of «-um» with unpronounceable letter «-e». Also some letters in the word changed their positions during the assimilation. This process is called «metathesis», and it is common occurrence, which is found in the most of Latin borrowings.

One more example is illustrated in the English tale «Jack and the beanstalk». The assimilated prototype of the Latin word «numerus» is used there: «...a number of strange looking beans». The word «number» lost its origin affix and acquired a new one, which was more common in the English language.

In the same tale the word «mother» has Latin roots too. Its origin spelling is «mater». It is important to add, that this word went through the metathesis process and transformed into the prefix «matri-». We can see it in the words of Modern English (e. g. matriarchy).

Dealing with prefixes, we should consider the adaptation process of the Latin affix «dis-». In the excerpt of the famous legend «Tristan and Isolde» we can find a borrowed word, which brought changes into the grammatical structure. The story says: «Then the distant cry of a hunt...». The Latin word «distantem» came to the English language, and not only lost its ending, but also brought the prefix «dis-», which meant the opposite action or lack of something. Today it is a part of many words of Modern English (e. g. disagree, disinherit, distrust).

However, there are some borrowings from the Latin language, which became internationalisms in many languages. The example of such phenomenon we can see in the catch phrase «I am going to seek my fortune» from the English folk tale «The three heads of the well». The Latin word «fortuna» means lack in huge number of languages. Nonetheless, the pronunciation can be different. For example, the English transcription for this word [ˈfɔːtʃən], which is typical for phonetic system of the English language. The word «natura» went through the same processes and changed its spelling. Nowadays it is combining with other

words, forming collocation (e.g. ill-nature).

There are not only words among Latin borrowings, but different affixes. Almost all their completely assimilated prototypes we can find in various legends and tales of English nation.

At the same time, the English language belongs to the western group of the Germanic languages. In 449 Germanic tribes entered to the territory of Britain. The Anglo-Saxon language, which is more often called Old English, was formed under the influence of their dialect [4, p. 14].

Most of the folklore works of the Old English period are written in the Anglo-Saxon language. The most popular is the poem about Beowulf. Exactly in this poem we can see the declension of pronoun «he», which has Germanic roots: «... a foundling, fate repaid him...» The letter «m» in the end of the pronoun is commonly used in the Germanic languages. The same word for the pronoun "him" is spelled "ihm" in German.

Meanwhile, in the folk story, called «Tom Thumb» is a borrowed word, which follows the rules of the English language: «They saw a falling star». The word «fall» is assimilated borrowing of «fallanan». As we can see, it lost its ending. Also, having «-ing», word acts as a participle in the sentence. This fact shows, that words, which were borrowed from the German language are functioning according to the paradigms of the English language.

In the same story we can see, how the word «wunsk», meant request of something, completely changed its spelling, during the adaptation and transformed to «wish». In order of better clarity, we need to give an example of its usage in the sentence from the tale «Tom Thumb»: «Their only wish was...» Despite the replacement of some letters, the borrowed word retains the general meaning. Aforesaid process is quite frequent occurrence, which is noted in other folk tales too.

It is not a secret, that Grimm Brothers made a huge contribution to the development of the English folklore. Their tale «The frog king or Iron Henry» is full of borrowings, which went through adaptation and changed beyond recognition. The author of the story says: «...beneath an old linden tree...» and we can see, how German word «trewam» became «tree». Moreover, the word «junga» has not only changed the spelling, but also has gained more specific value. In the German language it meant something new and fresh. The result of adaptation gave the word «young» the meaning of immature.

One more tale, which is included in the collection of Grimm's tales is «Little Red Riding Hood». Even in the title of it we can find a borrowing. The word «little» in the Old English period was «lutilla» and meant something short.

Some borrowings could come into the language fragmented, combining into a word during the development of the language. Consideration should be given to the word «before». This word consists of two German components: «bi-» (preposition denoting belonging to something), «forana» (from the front). During the development of the language, it has succeeded in linking to-

gether. The best example of using it in the tale «Little Red Riding Hood»: «Set out before it...». There it means the period of time preceding a particular event. The same meaning it has in Modern English.

It should be noted, that from the point of view of the syntactic aspect, borrowings are located according to the grammatical rules of the English language. The most notable feature of word adaptation is the typical reduction of endings of German borrowed words. In particular it happened in the Middle English period. That is why, it can be assumed, that the German borrowed words used in the English-speaking folklore were completely assimilated in the English language.

Generally speaking, due to historical events, French borrowings have been considered more polite synonyms for Anglo-Saxon expressions.

In the 13th century, the English writing was under the influence of Norman-French poetry. It was during this period that ballad and song creativity flourished [1, p. 158]. The British sang about heroes of yesteryear who have become real literary characters. Such is Robin Hood – an honest leader of the forest robbers, which devoid of self-interest. In series of ballads about him and his team, we can find many borrowings from the French language.

For example, the word «force» in the sentence: «The law is in force, go take the course...» is used in a figurative sense. In French it means physical strength, while here it explains the relevance of something. This phenomenon shows that the word has completely adapted to the English language.

French borrowings influenced the phonetic structure of the English language, for this reason we should consider the differences between the pronunciation of borrowings during their adaptation. The letter «r» in all words is read according to the phonetic rules of the English language, but at the same time the pronunciation of the digraph «ch» differs from the usual English version.

We can find examples in the cycle of legends «Arturian»: «Now Arthur the prince had all this time been nourished...». There is a difference between English and French transcriptions of the word «prince». The second letter of the word is pronounced according to the English phonetic paradigm, which means the completely adaptation of the borrowed word.

The example of partially assimilated word we can find in the excerpt of the same legend about King Arthur: «...the chief lords and princes...» where the word «chief» is pronounced [tʃi:f], which is typical for phonetical system of the French language. This phenomenon explains the difference in pronunciation of the same digraphs.

It is important to add, that unlike German borrowed words, words which were borrowed from the French language retained their meaning. Examples can be found in the ballad "Prince Robert": the French word «puison», which transformed to the «poison» with the same meaning of deadly potion; servant which retained not only spelling, but also meaning of home helper. The reason is the time of borrowing, one of factor that has an influence to adaptation.

The process of adaptation of borrowed lexical units can last for centuries. Borrowings can change themselves or make changes in the grammatical structure of the recipient language. More detailed analysis can be obtained due to comparison of borrowings in different periods of the development of the English language.

1. O.E. feond; M.E. enemye; N.E. enemy;
2. O.E. þeoden; M.E. prins; N.E. prince;
3. O.E. werod; M.E. companye; N.E. company;
4. O.E. claf; M.E. dressen ; N.E. dress;
5. O.E. unlybba; M.E. poisun; N.E. poison;
6. O.E. cynesetl; M.E. trone; N.E. throne.

As a result of adaptation process of borrowed words, the spelling of its endings changed in accordance with the grammatical rules of the English language. Along with that process was apparition of digraphs.

The process of borrowing is directly related to historical events, because in some cases they are the reason for the continuous contact of speakers of different languages, as a result of which a mixture of vocabulary is formed.

The history of the English language had an influence on the English folklore. We can find a lot of historical events, which were described in the ballads about Robin Hood or in the cycle of legends «Arturian». That is why folk works are one of the best material for the study of etymology and adaptation of lexical units, which were borrowed from foreign languages.

In conclusion it should be noted, that the process of borrowing is one of the most important stages of the etymological aspect of language development, replenishing the vocabulary and influencing the grammatical structure.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Baugh T. Cable* History of the English language. Great Britain: Routledge, 1978.
2. *Gray E.* Mother Goose. Old nursery rhymes. Great Britain: Wordsworth, 1994.
3. *Grimm J. W. Grimm* Tales of the Brothers Grimm. Great Britain: Penguin, 2005.
4. *Hogg R.* The Cambridge History of the English Language. Great Britain: Cambridge University Press, 1992.
5. *Thomason S. T. Kaufman* Language contacts, creolization and genetic linguistics. Berkeley, California: University of California Press, 1992.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕСТАНДАРТНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ОДЕЖДЫ КАК ОПОСРЕДОВАННАЯ ФОРМА КОММУНИКАЦИИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Бедрицкая М.И., Башмакова И.С.
РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

В статье рассматриваются разновидности стиля одежды, которые отражают настрой, увлечения, музыкальные пристрастия, мировоззрение молодежи. Молодое поколение стремится продемонстрировать свою уникальность и достигает своей цели с помощью одежды. Любой стиль одежды объединен общей идеей. Отсюда, принимая то или иное направление в одежде, молодежь объединяется в сообщества, которые коммуницируют между собой опосредованно. В условиях глобализации подобные субкультуры, отстаивая свое право на самовыражение, способны не только активно общаться, но и влиять на политику, миропорядок.

Ключевые слова: стиль одежды, молодежная мода, нестандартные материалы, дизайн, творческий подход, технология тканей и волокон, опосредованная коммуникация.

USING NON-STANDARD MATERIALS FOR CREATING CLOTHES AS AN INDIRECT FORM OF COMMUNICATION IN THE YOUTH ENVIRONMENT

Bedritskaya M.I., Bashmakova I.S.
The Kosygin State University of Russia

The article deals with the varieties of the clothing style, which reflect the youth' mood, hobbies, musical preferences, worldview. The modern young generation strives to show the whole world what they are, to demonstrate their uniqueness and to do it with the help of clothes. Any style of clothing is united by a common idea. Hence, taking this or that direction in clothing, young people unite into several communities, they communicate with each other by using modern technologies. They try to influence politics, the world order, and defend their freedom of expression.

Key words: clothing style, the youth fashion, non-standard materials, design, creativity, fabric and fiber technology, mediated communication.

Коммуникация – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совмест-

ной деятельности, включающий в себя интеракцию и социальную перцепцию [2]. Самые интересные программы, важнейшие директивы центрального руководства по развитию общества обречены на неудачу, если они не ориентированы на людей как на фактических создателей необходимых изменений. Взяв за основу интерпретацию Дж. Лакоффа когнитивной метафоры, концепт «развитие» можно рассматривать как ткань, сотканную из деятельности миллионов людей, тогда как коммуникацию – как важную нить, связывающую их вместе [6]. Стратегия развития, использующая коммуникативный подход, может выявить основные взгляды людей, помочь распространить новый вызов определенной категории людей среди широких масс. Однако коммуникация характеризуется большим видовым разнообразием. При прямой коммуникации наибольший эффект достигается посредством устной и письменной речи, когда сочетаются вербальные и невербальные средства, тогда как при опосредованной форме коммуникации необходимо промежуточное звено или посредник. В качестве посредника между коммуникантами могут быть как технические средства, так и одежда, которая является атрибутом идентичности человека. Одежда, являясь способом самовыражения, самоутверждения личности, может «сообщить» о внутреннем состоянии этой личности, ее чувствах.

Мир создания одежды, поиск и разработка нового материала довольно непрозрачен для среднего потребителя. Покупатель готового изделия часто не замечает различий между вариантами этой вещи от разных производителей. Для потребителей и для представителей брендов, пытающихся продать изделие, основным является то, что сама мода – это изменения. Каждый сезон появляются новые стили и модели, разные ткани. В связи с этим, продолжаются активные разработки в таких технологиях, как лазерное сшивание, автоматизированное производство и другие. Переменчивая мода постоянно расширяет границы использования инновационных тканей. Примером тому служит дизайн спортивной одежды, который становится все более важным и пересекает границы между дизайном, технологиями и маркетингом. Он сочетает в себе творческий подход и эстетическое восприятие в сочетании с требованиями к техническому пониманию и инновациям. Создание концептуального, в высшей степени индивидуального модного направления требует подхода, совершенно отличного от практического и более систематического процесса проектирования функциональной одежды. По мнению ряда практиков, работающих в индустрии моды, современный дизайн должен рассматриваться в контексте с искусством, литературой, музыкой. В последние три десятилетия двадцатого века резкое увеличение числа участников соревнований, экстремальных видов спорта и досуга, а также интерес к здоровью и фитнесу расширили рынок спортивной одежды.

В 21-ом веке появились различные нестандартные материалы, используемые для создания одежды и костюмов. Более всего внедрился в

массы неопрен. Неопрен – это синтетический хлоропреновый каучук (вспененная резина). Для улучшения некоторых параметров в его состав могут добавлять другие вещества. При пошиве одежды используют неопрен, оклеенный тканью: полиэстером, хлопком или другими видами, в основном эластичными. Полихлоропреновый каучук или неопрен был разработан в 1930-х годах компанией «Дюпон» – самой крупной по производству полимерных материалов. Изначально целью создания нового материала была замена натуральной резины, на более дешёвую материю, которая была бы стойка к маслам и химикатам. В 1953 году французский химик Жорж Бюша впервые в мире изобрёл костюм на основе неопрена [1]. Сейчас спектр использования этого необычного материала намного шире благодаря уникальным свойствам, которые не характерны для большей части полотен. Однако помимо неопрена существует множество других, менее известных и более узконаправленных материалов, которые также могут применяться в текстильной промышленности. Например, в России существует студия моды «Любавушка», основанная Виктором Кошкарёвым. В этой студии создаются костюмы из дерева: платья, блузы, шляпы, аксессуары и обувь. В основе нарядов лежит ткань, на которую крепятся деревянные элементы, что делает одежду пластичной, но при этом невероятно оригинальной, ведь большая часть элементов состоит из дерева.

В мире высокой моды первопроходцем в новаторстве материалов стал Хуссейн Чалаян, турецко-кипрско-британский модельер. В 1999 году в коллекции «The Remote Control Dress» он представил платье-самолёт, на создание которого Хуссейна Чалаяна вдохновил фюзеляж [2]. Платье, во время прохода модели, постепенно «раскрывалось» на специальных механизмах, а из-под его пластикового корпуса виднелся тончайший розовый тюль. Другим примером служит творчество Ирис ван Херпен, известного голландского модельера. Первой коллекцией автора считается «Chemical Crows», осень 2008. Идея создания необычной коллекции пришла автору во время наблюдений за воронами. Основными материалами для создания коллекции стали 70 000 ребер от детских зонтиков, кожа и блестящие скрученные нити. Автор вручную собрала причудливые формы своих костюмов так, чтобы они напоминали строение крыла вороны своей прочностью и хрупкостью. Произведения Ван Херпен больше, чем мода. Они требуют иного, более глубокого прочтения. Модельер использует латекс, плексиглас, углеволокно и полиэтилентерефталат в качестве материалов для шитья платьев, яшму и агат, спаянные стеклопластиком, для изготовления обуви. Причудливые формы платьев модельера – это результат погружения в строение живых клеток и микроорганизмов. Источниками вдохновения автора являются не только птицы, но и большой адронный коллайдер, современная архитектура Амстердама, катушки Тесла. Используя возможности 3D-принтера, ван Херпен создает оригинальные коллекции, с помощью которых автор передает свое настроение, заставляет задум-

маться о настоящем и будущем человечества [3].

Несмотря на гениальные работы современных модельеров, молодое поколение не стремится приобрести продукт высокой моды в свой повседневный гардероб. Однако сама идея использовать нестандартные материалы для производства одежды находит отклик в молодежной среде. С 50-х годов 20 века молодые люди начали выходить на новые позиции в социуме [4]. Например, хиппи – субкультура, изначально возникшая в 1960-х годах в США. Сторонники данного направления выражали протест против буржуазного мира, против современных ценностей американского общества, против патриархальных отношений в семье, империалистической внешней политики, активно выступая против превалирования материальных благ над духовными. Одной из форм протеста стала одежда. Яркие платки и банданы, которые использовались хиппи как головные уборы, повязки для волос, украшения, а также расклешенные, потертые, разорванные и заплатанные яркой тканью джинсы стали основой гардероба сторонников движения во всем мире. Популярность движения «детей цветов», пропагандируя свои взгляды, охватила весь мир. Вслед за хиппи, появляются рокеры, панки, готы, эмо и многие другие.

Каждое молодежное направление имело свои представления о том, как нужно одеваться. Однако при всем многообразии, у представителей субкультур была и есть общая черта – стиль одежды, который объединяет, сигнализирует на принадлежность к тому или иному сообществу. Кроме того, для подростков – это один из способов поддерживать дружеские отношения со сверстниками и единомышленниками из разных стран.

Молодым людям свойственно стремление к оригинальности, экспериментам и вызовам обществу. Однако молодое поколение не призывает к революциям, но стремится продемонстрировать свою оппозиционность по отношению к тому, что оно не одобряет, отрицает. Для выражения и отстаивания своих идей, сторонники субкультур выбирают разные формы и форматы. Нестандартные материалы для создания одежды – одна из них.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большая советская энциклопедия. Т. 16. – М.: Сов. энциклопедия, 1974. 672 с.
2. *Брунер Дж.* Психология познания. За пределами непосредственной информации. – М.: Прогресс, 1977. 413 с.
3. Зарождение и развитие моды. URL: <http://кроха.info/moda/1491-zarozhdenie-i-razvitie-mody.html> (дата обращения 10.10.21).
4. *Зелинг Ш.* Мода. Век модельеров. – Конеманн: 2000. 656 с.
5. *Кибалова Е.Н.* Иллюстрированная энциклопедия моды. – Прага: Артия, 1988. 608 с.
6. *Lakoff G., Johnson M.* Metaphors We Live by. – Chicago, 1980. 242 p.

ОСНОВНЫЕ ТРУДНОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ ИСПАНОЯЗЫЧНЫХ СТУДЕНТОВ

Бестолкова Г.В., Сото Веласкез А.Г.

Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова

Москва, Россия

best_talk@mail.ru; better_talk@mail.ru

Изучение иностранного языка – сложный процесс, требующий полной погруженности, а его успех зависит как от личностных особенностей обучаемого, так и от степени родства родного и изучаемого языков. В данной работе особое внимание уделено тем трудностям, с которыми сталкиваются испаноязычные студенты при изучении французского языка. Зачастую различия в фонетике, грамматике и лексике испанского и французского языков становятся причинами ошибок, допускаемых как в устной, так и в письменной речи. Авторы определили наиболее трудные для испаноязычных студентов грамматические, лексические и фонетические явления французского языка на уровне А1-В2 по общеевропейской компетенции владения иностранным языком (Common European Framework of Reference, CEFR). Целью настоящей работы является ознакомление испаноязычных студентов с трудностями, возникающими при изучении французского языка.

Ключевые слова: французский язык, уровень А1-В2, фонетические сложности, лексические и грамматические трудности, испаноязычные студенты.

MAIN CHALLENGES OF LEARNING FRENCH LANGUAGE FOR SPANISH-SPEAKING STUDENTS

Bestolkova G.V., Soto Velasquez A.G.

Lomonosov Soto Velasquez A.G.

Learning a foreign language is a complex process requiring complete immersion and its success depends on learner's personality as well as on similarity degree between the native language and the foreign one. This paper involves all main challenges faced by Spanish-speaking students learning French language. It is well-known that differences in phonetics, grammar and vocabulary of Spanish and French languages often cause mistakes in both oral and written speech. The authors described in detail all main grammatical, lexical and phonetic phenomena of French language that are the most difficult for Spanish-speaking students at the A1-B2 level according to the Common Europe-

an Framework of Reference (CEFR). Thus, the article's purpose is to familiarize Spanish-speaking students with challenges of French language's learning process.

Key words: French language, level A1-B2, phonetic difficulties, lexical and grammatical challenges, Spanish-language students.

Понятие «язык» многогранно и поэтому существует множество различных определений данного термина: язык – это важнейшее средство человеческого общения, систематизированная совокупность средств выражения мыслей, социальное средство хранения и передачи информации, одно из средств управления человеческим поведением. Язык также является системой, состоящей из фонетической и графической частей, в которой происходит соединение смысла и акустического образа, это ещё и область знаний, с которой мы сталкиваемся ежесекундно. [2, с. 3-5] Наша принадлежность к народу, его культуре и определяется той системой знаний, с которой нам пришлось столкнуться при рождении. Затем в осознанном возрасте мы называем данный язык родным, а все остальные языки для нас становятся чужими, иностранными.

В этой работе речь идет о трудностях изучения французского языка для испаноязычных студентов. Будет предпринята попытка определить влияние родного языка для данных студентов на процесс изучения французского языка.

Процесс изучения иностранного языка ставит перед человеком ряд задач: ему нужно научиться слышать и понимать чужую речь, отвечать, овладеть графическими символами иностранного языка (буквами, иероглифами), порой отличными от символов родного языка, а также овладеть навыками чтения и написания на иностранном языке. [1, с.2-9] Только научившись всем этим премудростям, человек сможет овладеть различными компетенциями: лингвистической, языковой, речевой, социокультурной и т.п., но процесс овладения компетенциями таит множество различных трудностей и в зависимости от того, насколько человек сможет с ними справиться, преодолеть влияние родного языка, настолько он продвинется в изучении иностранного языка.

Французский язык является одним из самых изучаемых в мире, несмотря на то что он занимает только 5 место в классификации самых распространённых языков в мире, уступая пальму первенства английскому, китайскому, испанскому и индуистскому языкам. Тем не менее интерес к французскому языку не угасает и каждый год желающих изучать язык Мольера в качестве второго иностранного становится все больше. И тем удивительнее, что среди желающих изучать французский язык все больше становится испаноязычных студентов. Что же делает французский язык привлекательным для изучения представителями испаноязычной культуры? Какова их мотивация? Для ответа на этот вопрос мы провели неболь-

шое анкетирование испаноязычных студентов, изучающих французский язык. В опросе приняли участие 30 студентов в возрасте от 17 до 21 года. Самым популярным ответом, который дали 85% респондентов, стал ответ о возможности получения высокооплачиваемой работы. Объяснением данного факта служит то, что в настоящее время бурный экономический рост переживают франкоязычные страны Африки, такие как Алжир, Бенин, Гвинея, Кот-д'Ивуар, Марокко, Мали, Тунис и многие другие, поэтому появляются новые возможности трудоустройства для специалистов со знанием французского языка. Оставшаяся часть респондентов (15%) изучают французский язык для путешествий, чтобы по-настоящему ощутить культуру и традиции франкоязычных стран.

Изучение испаноязычными студентами французского языка начинается с фонетики, другими словами, знакомства со звуками. Скорость овладения звуками французского языка зависит от того, насколько близки друг к другу звуки французского и испанского языков. Например, во французском языке есть четыре носовых гласных (ɛ̃, ɑ̃, ɔ̃, œ̃), аналогов которым в испанском языке не существует, поэтому испаноязычные студенты испытывают огромные трудности при их произнесении и чаще всего заменяют на более привычные не носовые гласные (e, a, o, i).

Произношение звуков [ʃ] и [ʒ] также вызывает сложности у испаноязычных студентов при изучении французского языка из-за их отсутствия в родном языке. Здесь, как и в предыдущем случае, испаноязычные студенты при произнесении слов, содержащих данные звуки, заменяют их на более привычные фонемы из родного языка [tʃ] и [dʒ].

Ещё одной фонетической проблемой испаноязычных студентов является правильное произношение буквы *s* в позиции между двух гласных. Во французском языке буква *s* должна произноситься как [z], если она находится между двух гласных, но поскольку в испанском языке *s* всегда произносится как [s], то испаноязычным студентам трудно усвоить это правило и, как результат, это одна из наиболее часто встречающихся ошибок.

Когда студенты уже начинают складывать слоги в слова и читать их, они сталкиваются с новыми испытаниями: абсолютно идентичные слова имеют разные значения в испанском и французском языках. Иными словами, испаноязычные студенты сталкиваются с проблемой ложных друзей переводчика. В качестве иллюстрации сравним значения нескольких слов в испанском и французском языках: *sol* – *солнце* (исп. яз) / *почва, земля* (фр. яз.); *ver* – *видеть* (исп. яз) / *червь* (фр. яз.); *sable* – *сабля* (исп. яз) / *песок* (фр.яз) и т.п.

Обратим внимание на сложности изучения грамматики французского языка испаноязычными студентами. Несмотря на то, что и французский, и испанский языки входят в романскую группу и имеют схожую грамматику, это совсем не облегчает процесс изучения французского языка испано-

язычными студентами, а иногда даже усложняет, поскольку за схожими на первый взгляд грамматическими конструкциями таятся глубинные различия.

Первой проблемой, с которой сталкиваются испаноязычные студенты при изучении грамматики французского языка, являются типы спряжения французского глагола, которые сильно отличаются от типов спряжения в испанском языке, несмотря на то что инфинитивы некоторых глаголов абсолютно идентичны. Рассмотрим в качестве примера спряжение глагола *venir* (*приходить, прийти*) в настоящем времени изъявительного наклонения:

1) *venir* (*фр.яз*): je viens, tu viens, il/elle vient, nous venons, vous venez, ils/elles viennent;

2) *venir* (*исп.яз*): vengo, vienes, viene, venimos, venís, vienen.

Параллельно с изучением типов спряжений французского глагола испаноязычные студенты осваивают правило употребления местоимений, выполняющих функцию подлежащего при глаголе. Различие между испанским и французским языками состоит в том, что во французском языке все личные формы глагола, кроме повелительного наклонения, должны сопровождаться личным местоимением или существительным, тогда как в испанском языке все приглагольные местоимения опускаются.

Более того, во французском языке есть неопределенно-личное местоимение *on*, не имеющее аналогов в испанском языке. Характерной чертой данного местоимения, отличающей его от всех других местоимений, служит то, что оно может употребляться вместо любого личного местоимения и в то же время употребляться в самом общем значении, не обозначая конкретного лица:

Pierre et moi, *on* va au cinéma. = Pierre et moi, *nous* allons au cinéma.

Пьер и я, *мы* идем в кино. (*on* = *nous*)

On travaille à l'Université. = *Je* travaille à l'Université.

Я работаю в Университете. (*on*=*je*)

On sonne. = *Звонят*.

On vous demande. = Вас *кто-то* спрашивает.

On sent l'approche de l'hiver. = *Чувствуется* приближение зимы.

Такое обилие функций у одного местоимения рождает в душе у испаноязычного студента сумятицу, а в голове – неразбериху.

Следует отметить, что в целом системы времен испанского и французского глаголов очень схожи, но не идентичны и именно это порождает множество проблем при изучении французского языка испаноязычными студентами. К примеру, рассмотрим образование прошедшего времени *le passé composé* во французском языке. Для всех трех групп глаголов *le passé composé* образуется по одной схеме: необходимо использовать вспомогательный глагол (*avoir* (*иметь*) или *être* (*быть*)) в *présent de l'indicatif* и *participe passé* спрягаемого глагола. Проблема образования данного времени

глагола для испаноязычных студентов заключается в выборе между двумя вспомогательными глаголами (*avoir* и *être*), поскольку в аналогичной временной конструкции испанского языка (*pretérito perfecto*) используется только один вспомогательный глагол (*haber* (иметь)). Сравним спряжение глагола *venir* в испанском и французском языках, в *pretérito perfecto* и *passé composé* соответственно:

1) *venir* (исп.яз): he venido, has venido, ha venido, hemos venido, habéis venido, han venido;

2) *venir* (фр.яз): je suis venu(e), tu es venu(e), il est venu, elle est venue, nous sommes venu(e)s, vous êtes venu(e)(s), ils sont venus, elles sont venues.

Данный пример наглядно демонстрирует, как сильно отличаются формы спрягаемого глагола в испанском и французском языках, к тому же во французском языке при спряжении с глаголом *être* в *passé composé* есть согласование в роде и числе, что отсутствует в аналогичном испанском спряжении. Заметим также, что спряжение с глаголом *être* (*быть*) в *passé composé* очень часто воспринимается испаноязычными студентами как пассивные формы глагола, что еще больше затрудняет процесс изучения французского языка, становясь источником многочисленных ошибок.

Еще одним камнем преткновения в процессе изучения французского языка испаноязычными студентами является употребление наречий *oui* и *si*, так как одному испанскому утвердительному наречию *si* (*да*) во французском языке соответствуют два наречия *oui* и *si*: для ответа на утвердительный вопрос используется наречие *oui* (*да*), а для ответа на вопрос, содержащий отрицание, используется наречие *si*, которое обозначает возражение и означает «да нет», «напротив», «совсем наоборот»:

- Est-il parti? – *Oui*, il est parti.
- Он уехал? – *Да*, уехал.
- N'est-il pas parti? - *Si*, il est parti.
- Он не уехал? - *Нет*, уехал.

Определение рода имен существительных во французском языке также представляет значительные трудности для испаноязычных студентов. Данная проблема возникает из-за того, что в испанском языке род большинства имен существительных можно определить по окончанию: *-o* окончание для существительных мужского рода (*un libro* (книга)), *-a* окончание имен существительных женского рода (*una casa* (дом)), тогда как большое количество имен существительных во французском языке оканчиваются на *-e* и могут быть как мужского, так и женского рода, например, *une chaise* (f., пер. на рус. «стул»); *un livre* (m., пер. на рус. «книга»).

Особое место в процессе изучения французского языка занимает изучение цифр. Многих испаноязычных студентов удивляет, что во французском языке для обозначения цифр после 60, вместо слитных форм аналогично предыдущим десяткам (*30-trente*, *40-quarante*, *50-cinquante*, *60-soixante*) употребляются формы на основе двадцатиричной системы исчис-

ления: 80 (*quatre-vingts* (4*20)), 90 (*quatre-vingt-dix* (4*20+10)) и смешанные формы: 70 — *soixante-dix* (60+10).

Итак, в данной работе описаны ряд основных трудностей, с которыми сталкиваются испаноязычные студенты при изучении французского языка на уровне А1-В2 по общеевропейской компетенции владения иностранным языком (Common European Framework of Reference, CEFR), среди них: фонетические особенности французского языка, сложности познания грамматики, трудности изучения цифр и т. д. Все вышеизложенное позволяет заключить, что главными трудностями в процессе изучения французского языка студентами из испаноязычных стран являются те особенности французского языка, которым нет аналогов в испанском языке. Тем не менее, без преодоления данных трудностей невозможно овладеть речевыми компетенциями на французском языке, а первым шагом для овладения речевыми компетенциями является определение трудностей и специфических характеристик французского языка, которые настоящей работой были перечислены.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Барышников Н.В.* Обучение иностранным языкам и культурам: методология, цель, метод // Иностранные языки в школе – 2014. – №9 – С. 2-9.

2. *Князев С.В., Пожарицкая С.К.* Современный русский литературный язык. Фонетика. Графика. Орфография. – М.: Академический проект, 2011. – 430 с.

УДК 372.881.111.1

ЯЗЫКИ И КУЛЬТУРЫ: ВКЛАД В МИР И СОГЛАСИЕ (ОПЫТ КАЛМЫКИИ)

Боваева В.Э.

Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова
Элиста, Россия

Научный руководитель: проф. Дякиева Р.Б.

Статья посвящена обобщению опыта Республики Калмыкия по укреплению межэтнического согласия. В качестве примера приводится деятельность Школы межэтнической журналистики на базе Калмыцкого государственного университета.

Ключевые слова: межэтническое согласие, Республика Калмыкия,

Гильдия межэтнической журналистики, Школа межэтнической журналистики, Калмыцкий университет.

LANGUAGES AND CULTURES: CONTRIBUTION TO PEACE AND CONSENT (THE EXPERIENCE OF KALMYKIA)

Bovaeva V.E.

Kalmyk State University named after B. B. Gorodovikov

Scientific supervisor: Dyakieva R.B.

The article is devoted to generalizing the experience of the Republic of Kalmykia in strengthening interethnic harmony. As an example, the activity of the School of Interethnic Journalism on the basis of the Kalmyk State University is given.

Key words: interethnic harmony, Republic of Kalmykia, school of interethnic journalism, Kalmyk University.

В 1998 году Генеральная Ассамблея Международной шахматной федерации (ФИДЕ) приняла решение о проведении в республике Калмыкия 33-й Всемирной шахматной Олимпиады. Тысячи спортсменов из 129 стран мира приехали в нашу маленькую республику, чтобы побороться за олимпийское золото. В Олимпиаде приняло участие небывалое количество команд – 110! Россия была представлена четырьмя командами. В турнире участвовали 634 шахматиста, среди которых – 171 гроссмейстер и 132 международных мастера. После этого Калмыкия открыла для себя мир, а мир открыл ранее никем неизвестную Калмыкию.

Помимо организации шахматных баталий самого высокого уровня, Элиста стала традиционным местом проведения международных и общероссийских форумов, соревнований, деловых симпозиумов, выставок, научных и культурных встреч. Все спортсмены и приглашенные прекрасно общались между собой, понимали друг друга, хотя говорили на разных языках. Неоценимую услугу оказывали переводчики, студенты-волонтеры, обслуживающие памятную Олимпиаду, владеющие английским, французским, немецким, испанским и другими языками народов мира. Без них Всемирный шахматный форум вряд ли прошел бы на таком высочайшем уровне. Такой опыт проведения столь масштабного подтвердил, что преодоление языкового барьера открывает широчайшие возможности для межэтнического и межкультурного общения и взаимопонимания.

Это событие в значительной мере повлияло на выбор будущей профессии многих молодых людей, которые решили посвятить себя изучению иностранных языков на гуманитарном факультете Калмыцкого государственного университета им. Б.Б. Городовикова и специализироваться в ан-

глейской и немецкой филологии.

Межкультурная коммуникация (далее МКК) в переводе с английского означает культурное взаимодействие как связь и общение между представителями культур народов мира и предполагает, как непосредственные контакты между людьми и их общностями, так и опосредованные формы коммуникации (язык, речь, письменность и т.д.). МКК изучается на междисциплинарном уровне в соотношении таких отраслей знания, как философия, культурология, лингвистика, социология.

Рассмотрим тему межэтнической журналистики на примере Республики Калмыкия. Интерес к ней и межкультурной коммуникации как науке и учебной дисциплине вполне объясним. Россия – страна многонациональная, в которой испокон веков живут многие народы со своими языками и культурами. МКК – это сравнительно молодое направление в отечественной науке, интерес к ней возник в 90-е гг. 20 века и остается необычайно высоким. Население нашей страны говорит более чем на ста языках и наречиях, проповедует разные религии, придерживается различных политических взглядов, занимает разные экономико-социальные статусы. Неоценимый вклад в исследование проблемы МКК в России внесла профессор МГУ им. Ломоносова С.Г. Тер-Минасова. Наряду с исследованиями в области теории и методики преподавания иностранных языков, Светлана Григорьевна стала автором всевозможных пособий по МКК, которые впоследствии не раз переиздавались. Ей принадлежит фундаментальная книга, являющаяся базисом в изучении данного предмета «Язык и культурная коммуникация» [2].

Наш университет и Гильдия межэтнической журналистики (Москва) [1] успешно взаимодействуют в течение последних шести лет. Оно осуществляется согласно соответствующему двустороннему договору.

Профильной школой этого направления является федеральный Всероссийский наставнический проект, реализуемый с 2015 года. В нем участвуют студенты и сотрудники СМИ из 8 федеральных округов в 27 регионах страны, в том числе и Калмыкия, которая включилась в данный проект со дня начала работы. Кураторами являются Федеральное агентство по делам национальностей России и вышеназванная Гильдия. Поддержку также оказывает Общественная палата РФ.

Под эгидой Гильдии в столице республики, г. Элисте, на базе Института калмыцкой филологии и востоковедения при КалмГУ им.Б.Б. Городовикова шестой год функционирует Школа межэтнической журналистики (далее ШМЖ). С 10 сентября этого года здесь вновь открылись бесплатные двухмесячные курсы для желающих пройти обучение. Обучение рассчитано на тех, кто интересуется межэтнической тематикой, хочет узнать удивительные и интересные факты о разных народах и своих собственных корнях, да и просто научиться красиво и ярко подавать медийные истории.

Под руководством опытных наставников осуществляется освоение

базовых навыков профессии, занятия проходят в лекционном и практическом форматах. Так, программа состоит из теоретической части, практических занятий на радио и телевидении, участия в телемостах с представителями других регионов страны. К примеру, у слушателей есть исключительная возможность принять участие в видеоконференциях и услышать ведущих экспертов по вопросам межнациональных и межконфессиональных отношений. В течение всего периода обучения студенты успевают подготовить и собственные материалы. Все это убедительное подтверждение тому, что проект актуальный.

Деятельность Школы межэтнической журналистики при КалмГУ – важная составляющая в программе обучения и воспитания университета. Вопросам национальной политики в нашей стране всегда уделяется первостепенное значение. В группах в среднем до 20 слушателей.

Обучаться смогут как студенты направления «журналистики» Института, так и других факультетов университета, а также молодые сотрудники, начинающие и работающие в республиканских печатных и электронных СМИ в возрасте от 18 до 28 лет.

В региональной Школе межэтнической журналистики бессменными кураторами являются Бадма Харлуева, журналист с многолетним стажем, ветеран телевидения, шеф-редактор тематического вещания ГТРК «Калмыкия» и Раиса Дякиева, доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой калмыцкой литературы и журналистики КалмГУ. Они много сделали и делают все, чтобы ШМЖ в Элисте функционировала на самом высоком уровне. Помимо учебного процесса и лекций, нужно еще, «без сучка и задоринки», обеспечить проведение выездных мероприятий, наладить взаимодействие действующих в республике национально – культурных общин со СМИ, организовать встречи с представителями конфессий, после чего провести подготовку и разбор материала. Это лишь малая толика того, что им приходится решать, чтобы ввести слушателей ШМЖ в ранее неведомый им мир печатного и электронного творчества.

По словам Раисы Батнасуновны, образовательный проект «Школа межэтнической журналистики» носит практикоориентированный характер. Это значит, что наши воспитанники будут не только готовить материалы для республиканских печатных и сетевых СМИ, но и делать видеорепортажи, радиопередачи. Возможно, даже продолжат замечательную традицию выпускников школы 2016 года – возобновят программу «Проба», которая имела большой успех на национальном телевидении, и немало ее участников в дальнейшем удачно «проторили» себе дорогу в профессиональную журналистику.

Примечательно, что в рамках обучения каждый слушатель получает специальный сертификат. А их работы публикуются на интернет–портале университета, в республиканских средствах массовой информации, на федеральном портале «Национальный аспект» от Школы межэтнической

журналистики. И уже есть первые успехи.

Выпускница ШМЖ, студентка 4-го курса направления «Документоведение и архивоведение» Гуманитарного факультета КалмГУ Татьяна Микаидзе на Международном молодежном конкурсе видеосюжетов «Моя малая родина», который проходил в прошлом году в Санкт – Петербурге на базе Государственного института кино и телевидения, завоевала Гран – при конкурса. Это несмотря на то, что в нем участвовали более 200 конкурсантов в возрасте до 22 лет, как из России, так и стран ближнего и дальнего зарубежья. И это не единичный случай, подтверждающий успехи слушателей Школы в Элисте. Надо сказать, что Гильдией во главе с ее руководителем – президентом межрегиональной общественной организации журналистов, освещающих межэтническую тематику «Гильдия межэтнической журналистики», Маргаритой Лянге, членом Общественной палаты России, членом Совета при Президенте РФ по межнациональным отношениям продумана система поощрения успешных слушателей Школы.

Так, по традиции лучшие выпускники приглашаются на мероприятия, проводимые Гильдией межэтнической журналистики. В конце года успешные слушатели представляют республику в Москве в финале общероссийского конкурса «СМИротворец» и на Медиафоруме этнических и региональных СМИ. Их также в качестве поощрения ждет участие этноэкспедиция по одному из регионов страны. В прошлом году была поездка по Ярославской области. Кстати, только за последнее время по инициативе Гильдии межэтнической журналистики, в качестве повышения квалификации, через их обучающие семинары – тренинги прошли около 1500 представителей российских печатных и электронных СМИ.

21 сентября на первом занятии обучающихся в ШМЖ в КалмГУ ознакомили с планом занятий, который включает экспедиции в районы республики, встречи с тематическими спикерами и онлайн – занятия совместно с другими профильными школами и т.д. Для изучения специфики межнациональной прессы будут прочитаны лекции с приглашением известных ученых из ведущих научных центров страны, а также из родного альма – матер. Тематика самая разнообразная. Этика этно–журналиста, этический кодекс. Особенности освещения этнических конфликтов в СМИ региона и федеральных СМИ. «Язык вражды». Может ли использование определенных лексических конфликтов в журналистских текстах вызвать возрастание межнациональной напряженности в обществе? Деятельность национально – культурных общин в регионе и их взаимодействие со СМИ. Межэтнический компонент и потенциал внутреннего туризма: возможности соцсетей и региональных СМИ и др. Как сказала один из кураторов ШМЖ в Элисте Бадма Харлуева, шеф-редактор тематического вещания ГТРК «Калмыкия», ветеран телевидения:

«Пятый год мы участвуем в образовательном проекте, который проводит Гильдия межэтнической журналистики. Это убедительное свиде-

тельство того, какое внимание ежедневно уделяется национальной политике. И приятно, что каждый раз на наш призыв откликаются именно будущие работники печатных и электронных средств массовой информации. Те, кому завтра предстоит формировать этнорегиональную информационную повестку. А для нас, ветеранов, главным было и есть знакомство с этнокультурным многообразием многонациональной Родины, специфической освещения межэтнической тематики в различных СМИ. Начиная с и будущим журналистам это окажет большое профессиональное содействие в дальнейшей практической работе. То есть, очень важно, что здесь мы обучаем миру и согласию».

ЛИТЕРАТУРА

1. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по спец. «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – М., 2000. – 262 с.
2. Гильдия межэтнической журналистики. – URL: <https://nazaccent.ru/> (дата обращения 15.10.2021).

УДК 72.035

ЭКЛЕКТИКА КАК ТЕНДЕНЦИЯ В СРЕДОВОМ ДИЗАЙНЕ XXI ВЕКА

Бородина П.А., Николаева Е.В.

Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

В статье рассматриваются особенности возникновения и развития эклектики. Это художественное направление в архитектуре и дизайне, зародившееся в XIX и XX веках. Эклектичный стиль сочетает в себе особенности дизайна разных эпох и мировых культур. В настоящее время это самостоятельный и актуальный стиль, направленный на создание необычных и гармоничных нововведений как в дизайне, так и в архитектуре.

Ключевые слова: эклектика, эклектический стиль, архитектура, средовой дизайн, межкультурное взаимодействие.

ECLECTICS AS A TENDENCY IN THE ENVIRONMENTAL DESIGN OF THE 21ST CENTURY

Borodina P.A., Nikolaeva E.V.
The Kosygin State University of Russia

The article considers the peculiarities of the emergence and development of eclecticism. It is an art movement in architecture and design that originated in the XIX and XX centuries. The eclectic style combines design features of different eras and world cultures. Currently, it is an independent and relevant style aimed at creating unusual and harmonious innovations both in design and in architecture.

Key words: eclecticism, eclectic style, architecture, environmental design, intercultural interaction.

Historical background. Eclecticism is an art movement in architecture and design [3]. It refers to any project that incorporates elements of traditional motifs and styles, decorative aesthetics and ornaments, structural features from other cultures or architectural periods [5]. At first, the term appeared in philosophy, psychology, and fine art. By now, the eclectic style has been existing in architecture, design, and fashion for many decades. This style has originated due to architects. They started to use elements of different cultures for searching innovative technologies and architecture shapes. The eclectic style in the interior appeared in the middle of the XIX century due to decorators who began to combine the furniture of modern and ethnic styles. In addition, the development of transport and the exploration of new territories contributed to the formation of eclecticism. With the purchase of art and decor items from other countries, exotic curiosities from the colonies became fashionable.

Eclecticism in the world architecture of the XIX century. In Europe and Russia, eclecticism flourished as a trend in architecture in the 1830s-1890s [1]. In Europe, the Garnier Opera house is considered the standard of eclectic style. It is the embodiment of the Beaux-Arts style, combining the Italian Renaissance and French Baroque. One of the most striking examples of eclecticism in the Russian architecture is the Cathedral of Christ the Savior. The temple combines the traditions of the Russian-Byzantine style. In the United Kingdom, eclecticism flourished from 1840 to 1900, when the Victorian style reigned. Architects were encouraged to explore their expressive and creative independence rather than simply following the requests of their clients. Most often, the Victorian-style was combined with the rococo style, gothic, as well as African and Indian motifs. Eclecticism had a significant influence on American design. Architects such as Richard Morris Hunt and Charles Follen McKim used a more flexible approach to their work. They included historical features of European styles in their projects. It was believed that this gives the design a sense of rich culture and history. Since the middle of the XIX century, the eclectic style has been actively penetrating almost into all spheres of artistic activity.

Eclecticism in architecture nowadays. Now eclecticism is an alternative to typical and monotonous constructions. Eclecticism shows how intercultural interaction contributes to unique design projects. It combines styles from various eras and world cultures through colors, textures, shapes, and finishes. Presently,

eclecticism combines modern tendencies with ethnic ones. It allows designers to create unique projects with innovative trends and colorful, distinctive details of different cultures.

Eclectic style in architecture is often based on Moorish architecture. Oriental culture is a variety of national traditions. They are peculiar not only to certain peoples but also to different geographical areas and historical periods. In a modern building with an eclectic Middle Eastern design, you can see a combination of classics and Oriental style. It is expressed in the characteristic shape of windows and doors, stucco, tiers, arched terraces, and galleries. The modern eclecticism of architecture uses recognizable fragments, techniques of a particular style.

The phenomenon of architectural duplicates is also a manifestation of the trend towards eclecticism. New South China Mall is an example of architectural duplicates. The attractions of the shopping center are the 25-meter Paris Arc de Triomphe, the Egyptian Sphinx, a copy of the Venetian Campanile of St. Mark's Cathedral, the Venetian canals. It is eclecticism because traditional elements of Chinese and European, Egyptian, and other cultures are the intentional parts of the architectural project. The Island of Dreams is an example of a Russian mall in an eclectic style. The mall is divided into four themed shopping galleries: London Street, Barcelona Street, Rome Street, and Beverly Hills Street. The variety of eclecticism in architecture and the architectural duplicates in design projects has become a source of numerous authors' ideas. Consequently, architecture, according to researchers, acquires individuality.

The problem of cultural appropriation in interior design. Eclecticism is in demand not only in the design of the architectural environment but also in interiors. Interior designers consider a wide range of cultural solutions when designing a home. The interaction of world cultures has existed for many centuries. The Greeks and Romans adopted images of lotuses, scarabs, and obelisks from the Egyptians. The ornate rococo and Chinoiserie are borrowed from Chinese motifs. Some researchers call this cultural appropriation [6]. Cultural appropriation is when a dominant culture takes something from another culture and uses it without regard for the original meaning or context. However, designers and architects have always been inspired by what already exists. "I think all artists are inspired by other people, art movements, and artists through time," says Jasmine Rosten-Edwards, a London-based interior designer and art curator [4]. Therefore, borrowing elements of other cultures is not a cultural appropriation but an incentive for new creative projects. Eclecticism implies the introduction of elements of various cultures into design and architecture styles. And its popularity is due to the desire of people to travel. Previously, not all people could travel and, as a rule, travel used to have economic and political goals. Now travelling is an opportunity to take a break from everyday life and get new emotions. Travelers get acquainted with other cultures and want to bring local color and originality of cultures to the interior. "My clients are incredibly well-

traveled people, just like me. One of the key things about my design company, and this is why people seek me out, is I have literally 50 to 100 cultures in one home,” says Raji Radhakrishnan who lives and works in New York City and Washington, DC. “That is not cultural appropriation. It’s pure cultural appreciation” [4].

Fusion and Boho. Art historians say that in the early 90s of the last century, streams of exotic things from the East, Africa, and Latin America poured into Europe, tired of the avant-garde and constant interior taboos. American designers began to combine heterogeneous design elements in one project. The fusion-style, one of the most popular eclectic styles nowadays, appeared in the USA. It is a positive example of the globalization of culture. Fusion strives simultaneously to accentuate foreign "blotches" and to create harmonious connections between elements of different styles, if not on a functional, then on an emotional level. At the same time, semantic correlations can be built in a variety of modalities – spatial, historical, chromatic, etc. [2, c. 98]. The fusion-style combines motifs and elements of ethnic design, as well as classical and universal. Chinese porcelain, oriental ornaments, and mosaics have become part of many trends in design due to the fusion style.

Often modern eclectic style projects include boho style. This style allows you to combine different tendencies of interior design in one space. Boho originated in Bohemia. It is a country located on the site of the modern Czech Republic. The people who lived there absorbed the culture and traditions of different peoples. Designers combine boho with minimalism, loft, classical, and even Scandinavian styles. Boho is a universal tool for designers who want to bring bright colors, unique decor, and textiles of different cultures to their projects.

Conclusion. The phenomenon of eclecticism is gaining more and more popularity. In fact, eclecticism is one of the main trends in environmental design of the XXI century. Eclecticism used to be associated with the words mess, kitsch, and tasteless but now every designer is looking for the perfect balance between mixing and combining styles. It allows eclecticism to become a basis for harmonious and unique projects. Eclectic style means finding a way to blend everything you like. Therefore, this technique caught the fancy of designers, architects, and their clients at once. For a designer, this is an excellent opportunity to show their creativity and professional skills. On the other hand, the desire of the client may have an aesthetics that does not fit into one particular style. Eclecticism shows that one has varying interests reflecting a unique story and personality.

For eclecticism not to become a cultural appropriation or tasteless, it must be treated carefully. Designers should explore cultural objects that will be used in their projects. Respecting the images and artifacts of other cultures is an integral part of introducing them in design and architecture.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Архитектурная эклектика*. URL: http://www.facade-project.ru/spravochniki/razdel_statej/fasadnyj_dekor_v_stilyah_arhitektury/arhitekturnaya_eklektika/ (дата обращения 05.10.2021).
2. *Николаева Е.В.* Культура в стиле фьюжн: искусство и развлечения// *Дизайн и технологии*. – 2017. – № 61(103). – С. 94-104.
3. *Эклектика*. Архитектурные стили. URL: http://artishock.org/style_a/eklektika (дата обращения 05.10.2021).
4. *Do you have an Eclectic Design Style? Why it's a good thing!* 20.03.2018. URL: <https://www.byamadesigns.com/blog/eclectic-design-style-why-its-a-good-thing> (дата обращения 05.10.2021)
5. *Eclecticism in architecture*. *Designing Buildings*. 06.10.2020. URL: https://www.designingbuildings.co.uk/wiki/Eclecticism_in_architecture (дата обращения 05.10.2021).
6. *Hunt M. C.* How we can learn from appropriation in design. *House Beautiful*. 29.07.2020. URL: <https://www.housebeautiful.com/design-inspiration/a33433097/appropriation-in-design-global-inspiration/> (дата обращения 05.10.2021).

УДК 81-139

НАСЛЕДИЕ КЕЛЬТСКИХ ПЛЕМЕН В СОВРЕМЕННОЙ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И У СЛАВЯНСКИХ НАРОДОВ

Гаврилова Ю.В.

Национальный исследовательский университет
«Московский энергетический институт»
Москва, Россия

В статье дается информация об основных моментах возникновения кельтологии, истории кельтских племен и некоторых особенностях кельтских языков. Автор приводит примеры заимствований из кельтских языков в английский язык, а также проводит параллели между славянской и кельтской культурами.

Ключевые слова: кельтология, племена, языки, культура, влияние, заимствование.

THE HERITAGE OF CELTIC TRIBES IN MODERN GREAT BRITAIN AND AMONG SLAVIC NATIONS

Gavrilova J.V.

National Research University «Moscow Power Engineering Institute»

The article considers basic aspects of the appearance of celtology as a science, the history of Celtic tribes and some peculiarities of Celtic languages. The author gives examples of borrowings from Celtic languages into English and also compares Celtic and Slavic cultures.

Key words: celtic studies, tribes, languages, culture, influence, development.

Кельтология – это не просто изучение истории кельтских народов, которые в древности населяли Европу. В настоящее время эта наука представляет собой целый комплекс гуманитарных дисциплин, изучающих языки, литературу, историю, этнографию и археологию кельтских народов. Лингвистическая кельтология занимается изучением кельтских языков. Кельтские языки относятся к индоевропейской группе и в настоящее время представлены шестью языками: ирландский, шотландский, мэнкс, валлийский, корнуольский, бретонский. Они сохраняются в Ирландии, Бретани, Уэльсе, Шотландии.

Представление о генетическом единстве кельтских языков восходит к началу XVII в. Основателем кельтологии как науки считается И.К. Цейс. Им в 1853 был опубликован сравнительно-исторический труд «Grammatica Celtica» [6] (2 изд., переработанное и дополненное Г. Ф. Эбелем, 1871), где впервые были установлены строго закономерные фонетические соответствия между кельтскими и другими индоевропейскими языками, и выдвинуты основные задачи сравнительно-исторической морфологии.

Позже, уже во 2-й половине XIX в., активно развивалась ирландистика. Данный факт исследователи часто связывают с наличием достаточного количества письменных памятников именно на ирландском языке. Л. Лайнг в историческом труде “Celtic Britain” [5] отмечал: «История кельтских народов – это один из наиболее неординарных этапов истории Европы. Кельтская традиция существовала несмотря на влияние готов, гуннов, римлян, вандалов и существование нескольких империй, однако у кельтов никогда не было национальной идентичности как таковой. Сегодня термин кельты включает множество народов с такими же разными традициями, как традиции Ирландии, Уэльса, Корнуэла и Бретани. Кельты перемешались с большим количеством народов Западной Европы, а их наследие сегодня присутствует в известных географических названиях» [5, р. 1].

«Кельты считались одним из самых агрессивных и воинственных народов Европы. Кельты жили по законам родоплеменного общества. Их культура очень богата легендами и преданиями, которые не записывались, а передавались из уст в уста веками. Они верили в переселение душ, что уменьшало их страх перед смертью, и во время войн и сражений, поддерживало их дух» [3, с. 219].

Как отмечает А. Мурадова, «впервые в России интерес к кельтским языкам пробудился еще в XVIII веке: именно тогда по указанию и при со-

действии Екатерины Великой был начат большой исследовательский (но не научный в современном понимании этого слова) проект составления «Словаря всех языков». Такова была модная в то время идея: составить список наиболее употребительных слов и собрать перевод этих слов на все известные на тот момент языки мира» [2]. Русский филолог и литературовед А.А. Смирнов (1883-1962) – первый, кого можно, хотя и условно, назвать отечественным кельтологом. Он первым осуществил перевод на русский язык с древнеирландского поэтического произведения «Ирландские Саги».

Крупнейшим центром изучения кельтской проблематики в Великобритании в настоящее время является Школа кельтских исследований (School of Celtic Studies) Дублинского университета в Ирландии (DIAS – Dublin Institute for Advanced Studies), основанная в 1940 году. Исследования там ведутся по множеству аспектов, включая изучение рукописей на ирландском языке, грамматические, лексикографические, фонологические исследования, изучение ирландской истории; проводятся семинары, лекции и конференции по кельтским языкам и литературе. Вуз активно сотрудничает с зарубежными центрами и университетами, занимающимися данной проблематикой.

По мнению многих исследователей, в английский язык из кельтских перешли географические названия, такие как названия рек *Avon*, *Evan* (от кельтского *amhium* – река); реки *Ousk*, *Exe*, *Est*, *Usk* (от кельтского *uisge* – вода); пики гор *Ben-Nevis*, *Ben-More* (от *bein* – гора); *Dundee*, *Dunscore*, *the Downs* (от *Loch Lomond*, от кельтского *loch* – озеро).

Среди заимствований есть названия графств и городов, такие как *Kent*, *Devon*, *Dover*, *Dublin*, *Glasgow*. В названии *Brittish Albion* (Британский Альбион) оба слова являются кельтскими по происхождению. Имеются также слова, связанные с культом: *curse* (проклинать), *cromlech* (кромлех, постройка друидов), *coronach* (древнешотландское погребальное причитание); связанные с военными действиями: *javeline* (дротик); с животными: *hog* (свинья); с политическим устройством: *tory* (разбойник), *vassal* (от кельтского *vasso* – молодой человек), *clan* (племя), *embassy* (гэльский – *ambactos* – посольство), *shamrock* от древнеирландского *triu-листник*, *клевер* – символ Ирландии).

Некоторые названия стран, городов и рек в Европе имеют непосредственную связь с кельтской лексикой. Например, название *Бельгии* произошло от кельтских племен белгов, *Париж* – от проживавших на этой территории племен паризиив, *Богемия* (Чехия) получила свое название от племен бойев, *Бретань* (Франция) по имени бриттов, река *Сена* берет свое название от галльского *Seguanna*.

Но если наследие кельтов на территории Европейских стран и в особенности Великобритании не вызывает удивления и кажется вполне естественным, то взаимосвязь и взаимовлияние кельтов и славян требует опре-

деленного пояснения.

Больше всего фактов присутствия кельтов на Руси можно заметить на северных территориях, в Новгородских и Псковских землях. Считается также, что кельты занимали славянские земли к северу от Карпат, в районе между реками Днестр и Днепр. Там впоследствии было обнаружено литое бронзовое изображение головы человека очень похожее на маски кельтских богов.

Появлению и распространению кельтских племен на территории нашей страны посвящено множество работ славянистов. В частности, хотелось бы сказать несколько слов о книге С.В. Цветкова «Кельты и славяне» [4].

Часто в литературе, посвященной проблемам кельтистики, проводится параллель между древними кельтскими друидами и волхвами. Само слово «друид» (лат. – *druides, druidae*; древнеирландское – *druí*) не имеет общепринятой этимологии. Одна из версий состоит в том, что кельтское слово *druids* состоит из *d(e)ru* «дуб, дерево» и *weid* «знать», т.е. *druwids*.

В религиозных обрядах кельты почитали дуб, видя именно в нём сакральный смысл. По другой версии, слово *druids* произошло от усилительного префикса *dru-* и *wid-* (знать), отсюда термин «мудрый». Друиды могли быть не только толкователями религии, но и активными участниками общественной жизни, прорицателями, судьями, духовными наставниками.

Кто же такие волхвы? Это древнерусские жрецы, которые проводили богослужения и предвидели будущее. Волхвы были связаны с религиозными обрядами, гаданиями, предсказаниями, целительством. Это были служители дохристианских языческих культов. Неоднократно выдвигались гипотезы о том, что древними волхвами были переняты жреческие функции именно от кельтских друидов.

Считается также, что латинский суффикс *-arius*, обозначавший род деятельности в кельтском, был широко употреблен и у славян, на что указывает словообразовательная модель следующей лексики с суффиксом *-арь*: *пекарь, мытарь, писарь*.

Если говорить о культурном влиянии кельтов на славян, то следует заметить, что орнаменты и их элементы в оформлении храмов на севере нашей страны очень сильно напоминают кельтские. Именно в Великом Новгороде, как известно, протекает река с названием Волхов. Каменные кресты в круге изготавливались как у кельтов, так и у северных славян.

На Британских островах население гордится тем, что является преемником кельтских народов и тем, что сохраниены остатки островного кельтского искусства и языков. Культура кельтов была богата легендами и преданиями, которые, однако не записывались, а лишь передавались в устной форме.

К сожалению, такая мощная цивилизация, как кельтская, в итоге, в ходе постоянно протекающих исторических процессов подошла к своему

завершению. Тому историки называют несколько причин, среди которых и определенная разобщенность племен, и появление письменной традиции на достаточно позднем этапе, отсутствие единого, целостного государства, невозможность противостоять так называемым «более прогрессивным» языкам, таким, как латынь, греческий, английский. Кельтские языки не имели письменной церковной литературы, а обучение велось на французском, английском или, ранее, латинском языках.

В заключение статьи хотелось бы присоединиться к мнению С.В. Цветкова о том, что влияние кельтов в целом остается мало изученным и осмысленным, особенно в нашей стране.

С.В. Цветков так писал о кельтском наследии в истории. «Вообще кельтское влияние на народы Европы еще очень мало оценено, несмотря на то, что оно настолько огромно, что можно говорить о своеобразном кельтском Ренессансе, предшествовавшем эпохе Возрождения. В средневековой Европе, включая и славянские государства, на самом деле кельтская культура не просто доминировала, а сформировала взгляды и вкусы средневекового человека. Принципы рыцарства, музыкальная, поэтическая и сама книжная культура Европы – это все наследие кельтов, которое предстоит еще более внимательно изучить и оценить» [4, с. 5].

Кельтская религиозная культура, как считают некоторые учёные [1], повлияла на зарождение рунической письменности. «Согласно устоявшемуся мнению, руническая письменность была в ходу исключительно у германских племен. Гипотезы о причастности этой системы письменности так же и кельтам неоднократно высказывались. Тем не менее, данные предположения по сей день не имеют неопровержимых доказательств – вопрос о рунической письменности у кельтов все еще актуален в умах историков» [1].

«В настоящее время возрождается интерес к сравнительной характеристике мифологических систем индоевропейских народов, а также выявлению в них определенных исторических явлений, как баз данных для научных исследований. В данной области бесспорный интерес для решения вопроса о кельто-германских лингвистических контактах представляет изучение письменно-исторических памятников западно-европейского региона, основанное на исследовании культурного «багажа» германцев и их соседей кельтов. Указанные обстоятельства заставляют внимательно и всесторонне рассмотреть древнегерманскую и кельтскую системы письменности» [1].

Поэтому, на наш взгляд, пристальное внимание к наследию кельтской культуры и вопросу древней письменности, традиции изготовления крестов в нашей стране просто необходимо уделить тем, кто интересуется вопросами становления славянской культуры в дохристианские времена. Также полезно было бы вспомнить, что территории древней Руси когда-то были частью мощнейшего северного государства (включавшего в себя

также территории некоторых современных Скандинавских стран и государств Прибалтики), в котором использовалось руническое письмо. А греческие проповедники Кирилл и Мефодий не привнесли нам письменность, а лишь изменили алфавит, который уже существовал.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кулабухов В.С., Худышева В.А. Кельтский рунический алфавит в сравнении с древнегерманской письменностью в V-XI веке и его функционирование // Studnet. – 2020. – № 3(10). – С. 126.
2. Мурадова А. Кельтология в России: от Палласа до наших дней // Троицкий вариант – Наука. – 2016. – № 4(198). – С. 13. – URL: https://elementy.ru/nauchnoporulyarnaya_biblioteka/432959/Keltologiya_v_Rossii_ot_Pallasa_do_nashikh_dney (дата обращения 5.10.2021).
3. Невзорова Г.В. Кельтское наследие на Британских островах и в славянской культуре // Образование и право. – 2021. – № 1. – С. 218-224.
4. Цветков С.В. Кельты и славяне. – СПб: Блиц, 2005. – 200 с.
5. Laing L. Celtic Britain. London: Routledge & Kegan Paul, 1979. – 190 p.
6. Zeuss J.K. Grammatica Celtica. Paris: Maisonneuve & Co., 1871. – 1115 p. – URL: <https://archive.org/details/grammaticacelti03zeusgoog/page/n1184/mode/2up> (дата обращения 5.10.2021).

УДК 316.7:81

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ ЭФФЕКТИВНОГО ИНОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕНИЯ

Данилова Н.Н.¹, Казарян О.В.², Бузоева М.Д.¹

¹Московский государственный лингвистический университет

²Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
Москва, Россия

В статье затрагиваются вопросы, связанные с комплексным подходом к процессу формирования обучающегося как языковой личности, позволяющим повысить мотивацию к обучению. Знание и понимание иноязычной культуры рассматривается в учебном процессе как цель и как стимул для предотвращения дисконмуникации и способствования эффективному иноязычному межкультурному диалогу.

Ключевые слова: комплексный подход, языковая личность, иноязычная культура, дисконмуникация.

INTERCULTURAL ASPECT IN TRAINING SKILLS OF EFFICIENT COMMUNICATION IN FOREIGN LANGUAGES

Danilova N.N.¹, Kazaryan O.V.², Buzoeva M.D.¹

¹Moscow State Linguistic University

²The Kosygin State University of Russia

The paper describes a complex approach to the formation of “secondary language personality” in foreign language education that may result in improved motivation to learning. Within this approach, intercultural competence is seen as both a learning objective and an incentive. It promotes intercultural dialogue while minimizing the risks of miscommunication.

Key words: comprehensive approach, secondary language personality, intercultural studies, miscommunication.

В настоящее время значительно изменился характер изучения иностранных языков. Новые передовые и перспективные технологии и модели обучения, соответствующие требованиям современного общества, позволяют реализовать комплексный подход к формированию обучающегося как языковой личности, повысить его мотивацию к обучению, и, что крайне важно, к приобретению умений и навыков иноязычного общения.

Все шире утверждается концепт о важности познания не только системы отдельных языковых единиц, но и их функционирования в зависимости от реальной действительности в рамках национально-культурного аспекта.

При этом подчеркивается, что обучающийся как инофон может только тогда полноценно общаться на иностранном языке на межкультурном уровне, когда он осознает и понимает культуру, находящуюся вне его непосредственного опыта, культуру другой социокультурной общности. В научной литературе указывается, что использование разнообразных социокультурных контекстов, постижение иностранного языка с точки зрения «диалога культур» на основе переориентации на инновационные образовательные технологии помогает обеспечивать пользование языком как инструментом для адекватной коммуникации между представителями разных культурных социумов [1, с. 67].

Принципиальная установка на иноязычное общение во взаимосвязи с межкультурным аспектом как составного компонента требует определенного вида деятельности обучающихся по восприятию, осознанию, осмыслению накопленных знаний об иной культуре, сопоставлению ее со своей собственной, различению и установлению подобий и, наконец, по переносу усвоенных знаний на самостоятельный поиск и реализацию выбора адекватных языковых средств применительно к конкретной ситуации иноязычного межкультурного общения, а также готовности к возможной

модификации сделанного выбора при изменении различного вида ситуативных условий или ее реконструкции с точки зрения культуры.

Познание чужой культуры выступает в учебном процессе и как цель и как стимулирование, вызванные стремлением к достижению успешной иноязычной коммуникации с носителями языка, принадлежащими к другому лингвосоциуму.

Существующие в данном языковом сообществе исторические, религиозные, бытовые традиции и обычаи, бытовая культура, национальные особенности мышления, способы поведения представителей данного народа, типы взаимоотношений между ними в определенных социальных условиях, образ жизни, национальный менталитет, восприятие пространства и времени и т.д., то есть все то, что связано с культурными характеристиками изучаемого языка и его носителями, является необходимым компонентом при освоении языкового материала.

Интеллектуальный интерес, проявляющийся в процессе усвоения культурных особенностей изучаемого языка, часто является одним из факторов, влияющих на преодоление интерференции родного языка при иноязычном общении, связанной с полным или даже частичным отсутствием фоновых знаний. Сопоставление культур разных языковых пространств, сравнение феноменов родной и иной культуры позволяет избежать ошибок при реализации речевых актов на иностранном языке и раскрывает новые горизонты в процессе формирования и совершенствования умения использовать иностранный язык как инструмент языкового, социокультурного и коммуникативного развития для подготовки к межкультурному общению.

Возникающая познавательная потребность повышает уровень готовности к дальнейшей ступени обучения и дальнейшей, более продвинутой фазе формирования умений и навыков иноязычной коммуникации.

При рассмотрении вопроса иноязычной коммуникации и возможной дискommunikации необходимо обращать внимание будущих участников межкультурных диалогов на то, что с соприкосновением и взаимопроникновением элементов чужой и родной культуры тесно связан процесс интеграции языков.

Ярким проявлением начавшегося еще в X–XII вв. и продолжающегося уже на протяжении столетий диалога могут служить многочисленные примеры лингвокультурного взаимовлияния немецкой и русской культуры.

Из немецкого языка в русскоязычные речевые практики вошли такие существительные как циферблат (Zifferblatt), бухгалтер (Buchhalter), вундеркинд (Wunderkind), ландшафт (Landschaft), дуршлаг (Durchschlag), рюкзак (Rucksack), трюфель (Trüffel), шнитцель (Schnitzel) и многие другие.

К заимствованным глаголам, пришедшим из немецкого языка в русский язык, относятся, например, шокировать (schockieren), шпиговать

(specken), штудировать (studieren).

В словарном составе немецкого языка известно тоже немало лексических единиц, заимствованных из русского языка, как, например, Subbotnik, Samisdat, Perestrojka, Pionierlager и др., интеграцию которых инициировал ряд важных явлений и событий, происходящих в России.

Богатство и неповторимость национальных культурных особенностей видения картины мира представителей разных языковых сообществ предстает в многообразии и особенностях одного и того же явления или предмета. Например, немцы говорят «Tausendfüßler», русские – «сороконожка», причем в реальности это насекомое имеет около двухсот ног. Обратим внимание на то, что даже слова, обозначающие, как кажется, стандартизированные предметы, могут требовать дополнительной познавательной культурной информации для решения вербальных и невербальных задач в ракурсе полноценного иноязычного общения.

Слово «стол» трактуется иноязычным европейским адресатом как некий предмет мебели, состоящий из определенных частей (столешницы, ножек, перекладины и т.д.). Но, например, для представителей некоторых азиатских стран в контексте иной культурной традиции лексическая единица «стол» может пониматься как скатерть, положенная на пол в комнате. И только в особых случаях стол как предмет, стандартизированный в сознании представителей европейского культурного сообщества, вносится и ставится в комнате.

Только чуткое и уважительное отношение к чужой культуре, умение ориентироваться в феноменах иного образа жизни и сравнения с собственным мировоззрением и культурным опытом дает возможность адекватного результативного диалога представителей разных лингвосоциумов.

Следует отметить, что, обозначая одно и то же понятие, слова разных языков могут иметь разную семантическую емкость [2, стр. 73]. Значение немецкой лексической единицы «Keller» соответствует русской лексической единице «погреб». Сравнивая, однако, факты национальных особенностей быта России и Германии нельзя не отметить неполную семантическую тождественность данных лексических единиц, несоответствие ассоциаций у носителей русского языка и образа, возникающего у носителя немецкого языка при употреблении этого слова. Слово «Hütte» (хижина) соотносится в горах Шварцвальда и в Тироле с двух- и трехэтажными домами, часто гостиницами. В русской же культуре хижина – это небольшой домик, избушка, которую строят в лесу, в горах и т.п., нечто промежуточное между домом и простым укрытием, которое может строиться из подручных материалов.

Чтобы назвать палец на немецком языке, следует уточнить, палец руки или ноги (der Finger, die Zehe).

Русская баранка, имеющая специфическое тесто, вкус и форму, не может полностью соответствовать по объему семантических составляю-

щих немецкому слову «Kringel» (крендель, баранка, бублик, т.е. любое изделие круглой формы из теста). В немецкоязычных странах не производят сушек и калачей, и лексические единицы для их специального обозначения в немецком языке отсутствуют.

При формировании умений и навыков иноязычного общения в рамках межкультурного аспекта особую роль играет освоение безэквивалентной и коннотативной лексики, не имеющей в силу социокультурных различий соответствий в разных языках. Поскольку эту лексику невозможно понять, не имея соответствующих фоновых знаний, то необходима систематическая работа по приобретению и пополнению лингвострановедческих знаний с применением инновационных технологий для формирования навыков речевого иноязычного общения (беседы, диспуты, виртуальные экскурсии, проектная работа и т.д.) во избежание трудностей, ошибок и грубых нарушений как на лингвистическом, так и на экстралингвистическом уровнях.

Изучение мира носителей языка направлено на то, чтобы помочь понять особенности речеупотребления, дополнительные смысловые нагрузки, политические, культурные, исторические и другие коннотации единиц языка и речи. Особое внимание уделяется реалиям, поскольку глубокое знание реалий необходимо для правильного понимания явлений и фактов, относящихся к повседневной действительности народов, говорящих на данном языке.

Национально-маркированная лексика весьма многообразна и обнаруживается во многих сферах, связанных с материальной и духовной культурой. Ментальность немецкого этноса и быта отражают слова «Haustor Fachwerk» (особенность немецких строений с характерным для них въездом во внутренний двор и особой техникой создания стен). Отражение специфики национальной кухни дают названия «Hackpeter» (сырое говяжье рубленое мясо с солью, перцем, яйцом и пряностями, названное по имени мясника Peter), «Brezel» (специфичный вид подсолненного бублика, имеющего особую форму), «Maultaschen» (изделия из теста квадратной формы, напоминающие пельмени, но без мясной начинки), «Eintopf» (густой суп, заменяющий первое и второе блюда).

К специфическим немецким реалиям относятся слова «Hansestadt», «Bundesland», «Kanton» (Швейцария). С высокой степенью вероятности можно прогнозировать неадекватные представления о предмете без осведомленности коммуниканта относительно таких профессиональных реалий как «die grüne Minna» (полицейская машина) или «die Hochzeit» (в типографии дважды набранный текст). Конечно, обозначенные выше языковые явления присущи не только немецкому языку. В качестве примера можно назвать такие слова из русского языка как «бородка» (ключа), «подвал» (газеты) и др.

К компетенции межкультурного аспекта относятся также обозначен-

ния разного рода реалий, таких как «Sturm und Drang» (литературное течение «Буря и натиск» в 70–80 гг. XVIII века), традиционных мероприятий как «die Kieler Woche» (соревнования по парусному спорту в г. Киль), «die Grüne Woche» (с.-х. выставка/ярмарка).

Адекватное восприятие обозначения разного рода реалий предполагает определенную базу знаний о стране изучаемого языка, дающую возможность отойти от понятийных категорий родного языка и адаптироваться к новым условиям, возникающим при общении с иноязычным коммуникантом.

При формировании умений и навыков полноценного общения с носителями немецкого языка в межкультурном аспекте надо еще учитывать тот факт, что немецкий язык существует в трех этнических вариантах: собственно немецкий, австрийский и швейцарский и различия между ними часто связаны в плане лексического наполнения. Так, например, общенемецкому варианту «Rock» соответствует в швейцарском варианте слово «Jure», а общенемецкому глаголу «ernten» в австрийском варианте соответствует лексема «fechseln».

Нередко в австрийском и швейцарском вариантах заимствованные слова имеют более широкое значение, чем в собственно немецком варианте. Так, слово «die Pfanne» обозначает в отличие от собственно немецкого варианта не только сковороду, но и кастрюлю, горшок (с ручкой и сотейником).

Лексические расхождения между этническими вариантами немецкого языка, содержание в них национально-культурного элемента, отражающего самобытный характер разнообразных сфер бытия немцев, швейцарцев и австрийцев, своеобразие природных условий, особенность культурной жизни, проникновение языкового материала, отражение предметного мира, детерминированного средой носителя языка, и пр. требует внимательного изучения, объяснения и усвоения в ракурсе межкультурного аспекта, рассматриваемого как один из инструментариев овладения новыми знаниями для коррекции причин ошибок и реализации действительно полноценного как активного (говорение, письмо) так и пассивного (аудирование, чтение) речевого общения адресанта с адресатом.

Подчеркивая многообразие источников, пополняющих сведения обучающихся о перекрещивании культурных связей, нельзя не отметить роль литературных произведений, передающих из поколения в поколение нравственные, эстетические, культурные ценности разных народов и открывающих путь к совершенству речевых умений и навыков. Именно в литературных текстах обнаруживаются новые свойства языковых единиц, представленных в естественном окружении.

В сокровищницу мировой культуры вошли прецедентные имена Иоганна Вольфгана Гете, Фридриха Шиллера, Генриха Гейне, Фридриха Дюрренматта, Франца Кафки, Томаса Манна и многих других немецких,

австрийских и швейцарских писателей, поэтов и драматургов. Выдающийся немецкий лингвист Вильгельм фон Гумбольдт заложил основы науки, которая познает «картину мира».

Богатый фактический литературный материал свидетельствует о пересечении российско-немецких связей в области литературы.

Яркой иллюстрацией интереса к культуре цивилизации русского народа является последнее, незаконченное произведение Шиллера «Деметриус» («Дмитрий-самозванец»), исторический сюжет которого построен на событиях в России в начале XVII века.

Можно отметить роль наследия Гете в творчестве русских символистов (особенно В. Иванова и А. Белого). Александр Блок не переводил Гете, но давал отзывы на переводы, например, Н. Холодковского («Фауст»), Бориса Пастернака («Посвящение»). Многие произведения немецких писателей и поэтов переведены на русский язык и остаются незабываемыми страницами.

«Каждый урок иностранного языка – это перекресток культур, это практика межкультурной коммуникации, потому что каждое иностранное слово отражает иностранный мир и иностранную культуру: за каждым словом стоит обусловленное национальным сознанием (опять же иностранным, если слово иностранное) представление о мире» [3, с.25].

При изучении иностранного языка обучающиеся, оказавшись в ситуации диалога культур, совершают для себя своего рода открытие страны изучаемого языка через призму своего восприятия [3, с.25]. При этом они получают дополнительную мотивацию, знакомясь не только с особенностями бытовой культуры другого народа, но и с различными достижениями науки, искусства и т.п. этого народа. Это способствует интеллектуальному и нравственному совершенствованию личности, расширяет горизонты картины мира не только отдельно взятой личности, но и целых этнических групп.

Так, в рамках осуществления проектной работы, которая обобщенно обозначается как «Диалог культур: Россия – Германия», можно предложить обучающимся более узкие темы, обусловленные их склонностями и интересами, и которые позволили бы им увидеть и проанализировать взаимовлияние и взаимообогащение двух великих культур:

- Взаимоотношения и взаимовлияние немецких и русских художников в начале XX века.

- Влияние немецкой культуры на культуру России в области архитектуры.

- Берлин начала XX века как место пересечения русской и немецкой культуры.

- Тенденции развития образования в России и Германии вчера и сегодня.

- Немцы в России в эпоху царствования Петра и Екатерины.

– Немецкий Ганзейский Союз и русские города Великий Новгород и Псков.

– Немецкие лексические заимствования в русском языке.

Проектная работа по данной теме открывает широкие возможности для расширения лексического запаса, овладения новыми грамматическими конструкциями, совершенствования произносительных навыков.

Но главное – проектная технология позволяет обучающимся не только развить навыки поисковой, творческой работы, умение группового взаимодействия, но и способствует развитию навыков речевой деятельности, стимулирует их к высказыванию по предложенной теме с опорой на изученный лингвострановедческий материал, к общению и дальнейшей дискуссии на иностранном языке.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. Данилова Н.Н., Крикунова О.П., Казарян О.В. Диалог культур как основа формирования социокультурной компетенции при обучении иностранным языкам // Сборник материалов Межвузовской научно-практической конференции «Иностранный язык в нелингвистическом вузе: академические исследования и педагогическая практика», 19 – 21 октября 2020/ Под ред. Е.Н. Николаевой. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им А.Н. Косыгина», 2021. – С. 66-73.

2. Сабурова Н.А. Теория межкультурной коммуникации: курс лекций. Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2017. – 296 с.

3. Тер-Минасова С.Г. Язык и международная коммуникация. – М.: Слово/Slovo, 2008. – 264 с.

УДК 316.772.4

БАРЬЕРЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Каюкова А. Е., Авезова Б.С.

Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

Статья посвящена основным барьерам межкультурной коммуникации, а также путям их преодоления. В статье приводится подробное описание соответствующих тактических приемов. По результатам изучения данной проблемы и анализа современных исследований делается вывод, что преодоление коммуникативных барьеров может быть достигнуто.

нито путем выбора правильных тактических приемов межкультурного взаимодействия.

Ключевые слова: барьеры, взаимопонимание, конфликт, культура, межкультурная коммуникация, преодоление барьеров, собеседники.

INTERCULTURAL COMMUNICATION BARRIERS AND THE WAYS TO OVERCOME THEM

Kayukova A.E., Avezova B.S.
The Kosygin State University of Russia

The article discusses the main intercultural communication barriers and contains suggestions about the ways to overcome them. It presents detailed description of such techniques. Basing on the study and analysis of modern research concerning this issue, it concludes that overcoming communication barriers can be achieved by choosing the right intercultural interaction tactics.

Key words: barriers, conflict, culture, intercultural communication, interlocutors, mutual understanding, overcoming barriers.

Историческая практика показывает, что межкультурные коммуникации появились сразу с возникновением культуры, и уже в их процессе возникали разного рода конфликты. В связи с развитием информационных технологий и международных отношений выросла потребность в грамотно выстроенном межкультурном общении. Проблема взаимопонимания в процессе межкультурной коммуникации до сих пор является актуальной и нерешенной. При этом преодоление сложностей в диалоге культур повышает уровень социокультурной компетентности собеседника. «Межкультурная коммуникация – адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным культурам» [2, с. 26].

Однако до сих пор между представителями разных культур возникают коммуникативные препятствия, обусловленные культурными различиями между народами, которые нередко перерастают в разногласия и открытые столкновения. Такие трудности в процессе коммуникации называют барьерами межкультурной коммуникации. Как отмечается, «барьеры коммуникации – помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между партнерами по коммуникации» [5, с. 244].

Исходя из вышеизложенных терминов, можно дать следующее определение: межкультурные коммуникационные барьеры – это препятствия, возникающие в процессе общения представителей разных культур и создающие помехи в осуществлении контакта.

Действительно, сталкиваясь с чужой культурой, собеседник нередко испытывает разные чувства: страх, дискомфорт, напряжение и неуверенность. Это происходит не только из-за языковых барьеров, но и вследствие

культурных различий в поведении, несовпадении невербальных принципов коммуникации и особенностей национального сознания.

В научной литературе дано несколько классификаций межкультурных барьеров на базе различных оснований с разными значениями. Исследователями были выделены географические, исторические, государственно-политические, ведомственные, экономические, технические, терминологические, языковые, психологические, резонансные межкультурные коммуникационные барьеры [1, с. 95].

Следует отметить, что существуют и другие барьеры:

- допущение сходства;
- языковые различия;
- ошибочные интерпретации невербальных действий;
- влияние стереотипов и предрассудков;
- бессознательное стремление давать оценку всем незнакомым культурным явлениям;
- тревога и напряжение из-за неопределенности поведения партнеров по межкультурной коммуникации.

Барьеры делятся на две группы: «барьеры понимания, которые подразделяются на фонетический, стилистический, логический, семантический, социально-культурный типы, и барьеры общения, включающие в себя темперамент, гнев, стыд и вину, брезгливость, страх и отвращение, страдание, презрение» [3, с. 7].

При анализе литературы отечественных исследователей можно выделить полный и окончательный список видов барьеров в межкультурной коммуникации. Основными барьерами в процессе межкультурной коммуникации, таким образом, являются:

- языковые;
- психологические;
- социально-культурные;
- коммуникативные.

К языковым барьерам относятся особенности языка, специфическая терминология, различия в значениях слов, фонетическое восприятие звуков. Языковые различия предполагают все вербальные средства коммуникации, и зачастую случается так, что не все участники коммуникации обладают полным объемом знаний этих средств. Это возникает в том случае, если собеседники не умеют грамотно использовать слова, не полностью понимают всех значений слов и не имеют достаточного уровня компетентности в знании языка для правильного воспроизведения речи. Барьеры можно избежать следующими способами:

- повысить грамотность в употреблении языка собеседника;
- практиковать с носителем языка произношение и написание предложений;
- упростить речь, используя знакомые фразы и выражения;

- общаться с помощью машинного перевода, хотя это является самым неудачным способом преодоления языкового барьера, потому что, несмотря на некоторые успехи в области автоматической обработки текстов, искусственный перевод все-таки далек от совершенства.

Психологические барьеры включают в себя темперамент коммуникаторов, страх и тревогу при общении, восприятие собеседника и т.п. Эти барьеры могут вызывать негативные эмоции по отношению к собеседнику и всей культуре, представителем которой он является, и привести к неудаче весь процесс общения. Во избежание негативных последствий коммуникации необходимо заранее определить цель общения, ожидания от партнера, готовность к общению и настроить себя на процесс коммуникации. Для этого каждый индивид должен обладать внутренними психологическими умениями. Не стоит сдерживать эмоции, избегать общения или стараться быстрее его закончить. Зная свои намерения и мотив коммуникации, нужно попробовать разобраться в целях партнера, проявить эмпатию к собеседнику и инициативу в общении.

Однако если языковые отличия видны всегда, то культурные различия скрыты и не лежат на поверхности. Они гораздо опаснее, так как, по словам С.Г. Тер-Минасовой, «они скрыты завесой уверенности, что своя культура единственно возможна и правильна» [6, с. 56].

Социально-культурные барьеры основаны на культурных, этнических и религиозных различиях собеседников. Они включают этикетные, стереотипные, ценностные, профессиональные и др. Каждый человек обладает определенным менталитетом и воспринимает собеседника через призму собственного мироощущения, ценностей, привычек и стереотипов. Особую роль здесь играет уважение другой культуры и ее принципов или же нетерпимость к нормам чужой для человека культуры. Также не стоит забывать про социальную составляющую коммуникации. Она предполагает под собой социальные характеристики собеседника: возраст, опыт, гендер, профессия и другие. Люди с похожим социальным опытом, как правило, не испытывают затруднений в коммуникации, что нельзя сказать о других ситуациях.

Для преодоления такого типа барьеров стоит придерживаться следующих советов:

- необходимо повышать уровень культурной грамотности (изучить особенности культуры и религии собеседника, чтобы выстроить комфортную среду общения);
- уважать собеседника и его культурные особенности, вести тактичный разговор;
- воспринимать собеседника как равного себе, но при этом учитывать при общении с ним его социальные особенности;
- рассматривать разговор с точки зрения собеседника, фокусироваться на эмоциях, чувствах и реакции получателя;

- следить за обратной связью от собеседника в процессе общения, учитывать его замечания в соответствии с реакцией.

Существуют также коммуникативные барьеры, в основе которых лежат особенности невербальных средств общения, то есть язык тела: жесты, мимика, позы, дистанция. Обычно им необоснованно не придают особого значения, однако они также очень важны в процессе общения. Незнание невербальных особенностей культуры собеседника может привести к его восприятию диалога как неискреннего или неестественного. Для того, чтобы избежать такой ситуации, следует заранее выбрать правильный тактический прием во взаимодействии с собеседником. Необходимо выбрать привычную для партнера вежливую форму приветствия и общения, учитывать его ответную реакцию и культурные особенности невербальных средств общения. При использовании невербальных средств общения также стоит заранее учитывать обстановку общения, расположение собеседников друг к другу, их социальный статус и особенности поведения.

Таким образом, наличие барьеров в межкультурной коммуникации практически неизбежно. Однако стоит понимать, что их можно минимизировать или избежать вовсе. Преодоление барьеров в межкультурной коммуникации повышает уровень культурной компетенции индивида. Овладев всеми способами преодоления этих барьеров, человек способен более грамотно выстраивать процесс коммуникации с представителями других культур, осознавать свои цели в общении и достигать их. Именно поэтому так важно заранее изучить всевозможные помехи в коммуникации и уметь правильно их преодолевать.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Боброва С.П., Смирнова Е.Л.* Основы теории коммуникации. – Иваново: Иван. гос. энерг. ун-т, 2005. – 123 с.
2. *Верещагин Е.М., Костомаров В.Г.* Язык и культура / Под ред. и с послесловием академика Ю.С. Степанова. – М.: «Индрик», 2005. – 1040 с.
3. *Воробьева В.Л.* Основы социально-бытовых знаний. – М.: Изд. отд. НОУ ИСОМ, 2006. – 96 с.
4. *Культура* взаимопонимания и взаимопонимание культур / Коллективная монография: В 2 ч. – Ч.1. – Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2004. – 218 с.
5. *Садохин А.П.* Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высшая школа, 2005. – 309 с.
6. *Тер-Минасова С.Г.* Война и мир языков и культур. – М.: Слово/Slovo, 2008. – 341 с.

РОЛЬ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кiryutenko A. Э., Avezova B. C.

Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

Данная статья рассматривает важность изучения иностранного языка управленцами, а также его роли в их профессиональной деятельности. В современном обществе владение иностранным языком является огромным преимуществом специалиста по менеджменту, необходимым для построения успешной карьеры. В условиях глобализации данный аспект является актуальным, поскольку возросла необходимость сотрудничества с иностранными партнерами и развития на международных площадках.

Ключевые слова: иностранный язык, компетенция, межнациональные сотрудничество, менеджмент, управление, профессиональная деятельность.

THE ROLE OF A FOREIGN LANGUAGE IN MANAGEMENT ACTIVITIES

Kiryutenko A. E., Avezova B. S.

The Kosygin State University of Russia

The article reveals the importance of learning a foreign language by managers and its role in their professional activity. In contemporary society, foreign language proficiency is a huge advantage of a manager, which is necessary for successful career building. In the context of globalization, this aspect is more relevant than ever, because the need in cooperation and development with foreign partners on the international platforms has increased.

Key words: competence, executive, foreign language, inter-ethnic, manager, professional activity.

В настоящее время изучение иностранных языков является важной составляющей жизни современного человека. Такая тенденция повышения значимости обуславливается вступлением мирового общества в эру информационной цивилизации, которая предусматривает преодоление коммуникативного барьера между представителями разных наций. Таким образом, знание языков позволяет не только знакомиться с традициями и

культурой разных стран, но и выстраивать эффективное взаимодействие в разных сферах жизни, таких как наука, культура, бизнес, политика и многих других.

Не менее важное значение имеет знание иностранных языков в профессиональной деятельности, зачастую являясь необходимым условием для построения успешной карьеры. Особенно это касается таких направлений, как “Государственное и Муниципальное управление”, “Управление персоналом” и “Менеджмент”, профессиональную работу в которых невозможно представить без знания одного, а то и нескольких языков. В целом появление таких образовательных программ, как вышеперечисленные, обусловливается процессом экономического развития нашей страны и острой необходимостью высококвалифицированных кадров в управленческой сфере, профессионализм которых оценивается в том числе и знанием языков. Менеджер (управленец) – это человек, занимающийся управлением определенными рабочими процессами в компании, и принимающий в них непосредственное участие. Как известно, в компетенции менеджера входят: умение анализировать ситуацию, стратегическое мышление, настойчивость и решительность, ответственность, терпение и самообладание. По сути, именно от компетенций этого человека зависит коммерческий успех всей организации в целом.

Почти каждая компания так или иначе связана с выходом в международное пространство на основе разных видов сотрудничества, а в перспективе мечтает стать крупной интернациональной компанией, если еще таковой не является. Национальные компании регулируют свои структуры и методы работы для расширения своих границ и изменения экономики. Они расширяют свою географию, затрагивая при этом сферу межкультурного общения, и им необходимо знание языков, так как большинство поставщиков рассредоточены по разным континентам. Поэтому для эффективной работы управленца знание иностранных языков является необходимым элементом, позволяющим вести переговоры, проводить презентации своей продукции для расширения объема рынка, охватываемого продукцией, находить более выгодных поставщиков, привлекать иностранных инвесторов и партнёров и многое другое.

На данный момент наиболее востребованными являются европейские языки. Самый популярный из них – английский язык. Он является одним из шести рабочих языков ООН, следовательно, признан международным. В настоящее время на нем говорят более 1,5 миллиарда человек на многих территориях, включая Великобританию, Австралию, Канаду, Соединенные Штаты Америки, Южную Африку и Индию. Следует отметить, что в наши дни наряду с английским также востребованы и другие языки. «Помимо европейских языков спрос вырос и на китайский язык. Сотрудничество российских компаний с крупнейшей страной Азии с каждым годом набирает обороты. Наравне со свободным владением “традиционны-

ми” европейскими языками ценятся специалисты, знающие иврит, португальский и хинди. А в последние годы значительно вырос интерес к чешскому, польскому, словацкому, а также к языкам скандинавской группы – финскому, шведскому, норвежскому» [1, с. 26].

Стоит отметить, что компетенция менеджеров подразумевает не только знание грамматики и лексики иностранного языка, но и преимущественно типов его вербального взаимодействия и языковых стилей речи, отражающих практическое владение. «Под иноязычной профессиональной компетентностью понимается комплекс свойств личности, стремление к которому создает наилучшие условия мотивации учебно-познавательного процесса, поскольку обеспечивает психологически полноценное взаимодействие в процессе профессионального общения на иностранном языке» [2, с. 53].

Иностранный язык – это специальная дисциплина. И особую трудность в его изучении представляет собой не теоретическое усвоение правил, а выработка умений, ведущих к систематическому обучению. «Результатом этого обучения является не усвоение языковых знаний, а сформированность у студентов практических навыков устной и письменной речи, аудирования, чтения, способности применять эти навыки для выражения своих мыслей, понимания содержания и смысла текста. В реальной жизни каждый выпускающийся специалист сталкивается с конкретной ситуацией на практике и через какое-то время понимает, что он совсем не умеет применять полученные знания, и ему приходится демонстрировать свою некомпетентность» [3, с. 206].

Вышеперечисленные навыки в большей степени предопределяются вузовской подготовкой и содержанием образовательных программ университета. Поэтому внутривузовский контроль программы по изучению иностранных языков усиливается с каждым годом.

Большой популярностью стали пользоваться стажировки в других странах и иные программы по обмену студентов. Такой обмен обучающихся осуществляется между двумя высшими учебными заведениями разных государств. Это позволяет студентам не только изучить новые языки, накопить большой опыт в построении коммуникаций, расширить свой кругозор, приобрести новые знания, но и узнать другую культуру изнутри. Такой вид обучения языку самый продуктивный, так как он полностью погружает ученика в профессионально-языковую среду и подразумевает постоянное взаимодействие с носителями языка, что позитивно отражается на преодолении им языкового барьера и способствует интенсификации процесса обучения. Получив бесценный опыт, студент по обмену зачастую возвращается обратно уже востребованным специалистом со свежими идеями, которого хотят видеть в своем штате многие крупные компании.

Таким образом сотрудники компаний постоянно конкурируют друг с другом, проходя подготовку в языковых школах, стремясь стать студента-

ми по обмену и стажирясь в других странах, надеясь получить преимущества на рынке труда. Однако существует ряд международных компаний, где для получения должности менеджера даже знания 3-4 языков является недостаточным условием для работы в компании, поэтому кандидатам приходится проходить жесточайший отбор, в ходе которого они должны продемонстрировать свободную речь и понимание собеседника, а также грамотное владение письмом.

В заключении следует отметить, что роль иностранных языков в управленческой сфере огромна и существенна. Изучение языков является средством формирования языковой личности, обладающей большим запасом приемов для осуществления речевого поведения разных уровней сложности в рамках реализации себя в поликультурном пространстве, а также составной частью профессионализма управленца, формируя в нем коммуникативную компетентность. Освоение иностранного языка в силу его коммуникативных возможностей способствует формированию востребованных в настоящее время качеств личности. Благодаря культурологическому подходу в обучении языков можно оказаться в диалоговом пространстве сразу нескольких культур при помощи языка и текста. А для современного специалиста совершенное знание иностранного языка в скором времени станет самым важным условием его профессиональной компетентности.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Войтович И.К.* Иностранные языки в контексте непрерывного образования: монография / под ред. Т.И. Зелениной. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2012. – 212 с.

2. *Искандарова О.Ю.* Иноязычная профессиональная компетентность // Высшее образование в России. – 1999. – № 6. – С. 53-54.

3. *Хайруллин Р.Д., Харламова Ю.Н.* Проблемное обучение современного российского менеджера на занятиях по иностранному языку // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – №4 (46). – Ч. 2. – С. 206-209.

4. *Храмова Ю.Н.* Формирование мотивации изучения иностранного языка студентам неязыкового вуза // Актуальные проблемы обучения русскому языку, культуре речи и дисциплинам специализации: тезисы докладов и статьи IX Международной научно-практической конференции. Нижний Новгород: Нижегородская гос. сельхоз. академия, 2014. – С.180-183.

НОВАЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ FASHION БРЕНДОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Князева П.А., Аvezова Б.С.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство.)
Москва, Россия

В статье описаны основные новации в межкультурной коммуникации fashion брендов в период пандемии COVID-19. Исследованы причины, способствующие цифровизации операций компаний фэшн-индустрии. Выделены наиболее новаторские цифровые технологии в сфере межкультурного взаимодействия. Обозначены изменения в процессе создания образцов и последующего производства модной одежды на мировом рынке. Мировая пандемия коронавируса изменила форму человеческой коммуникации. Из доступных средств познания мира остаются виртуальные каналы общения, которые способны не менее эффективно предоставлять модные коллекции по всему миру и способствовать налаженному общению фэшн-брендов.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, новации, пандемия COVID-19, fashion индустрия, цифровизация.

INNOVATIONS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION OF FASHION BRANDS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Knyazeva P.A., Avezova B.S.

The Kosygin State University of Russia

The article describes the main innovations in the intercultural communication of fashion brands during the COVID-19 pandemic. It investigates the reasons contributing to the digitalization of the fashion industry companies' operations. The study highlights the most innovative digital technologies in the field of intercultural interaction and indicates changes in the process of creating samples and subsequent production of fashionable clothes on the world market. The global coronavirus pandemic has changed the form of human communication. The research proves that virtual communication channels can no less effectively provide the world with fashion collections and contribute to well-established communication among fashion brands.

Key words: COVID-19 pandemic, digitalization, fashion industry, innovations, intercultural communication.

Мода как особый феномен человеческой культуры в XXI веке отражает эволюцию современного общества. Постоянное развитие и изменение мира моды как одного из показателей культурного и социального роста общества приводит к появлению и образованию новых тенденций.

В настоящее время мода очень мобильна. Обнаруживаясь сначала в одной области, мода, в качестве господствующего вкуса, проявляет тенденции к распространению на все другие области. И так происходит во всех культурах.

В наши дни «на индустрию оказывает влияние целый ряд факторов: геополитические риски, усиление позиций азиатских стран, глобальная цифровизация, внедрение новых технологий в модное производство и дистрибуцию. Вследствие чего наблюдается высокая волатильность фэшн-рынков» [4, с. 2].

Пандемия COVID-19 оказала значительное воздействие буквально на все сферы жизни. Закрытие границ, введение режима полной самоизоляции во многих странах, послужило причиной для перебоев с поставками, приостановления производства, срывов масштабных мероприятий, нарушения сроков. Такие азиатские страны, как Китай, Бангладеш, Индонезия – давно стали центром производства одежды, обуви и аксессуаров для фэшн-индустрии, но внедренные карантинные меры, заставили приостановить работу большинства фабрик и поставок в другие страны.

Наличие сайтов, сообществ в социальных сетях и других отработанных каналов связи с потребителем, стало важным фактором, обеспечивающим возможность продолжения межкультурной коммуникации в дистанционном формате. Пандемия задала вектор для формирования новаций в межкультурной коммуникации модных брендов. «Развитие новых цифровых технологий, в частности, роботизация, интернет вещей и искусственный интеллект создают новую плеяду компаний, конкурентные преимущества которых отличаются от традиционных компаний» [5, с. 99].

Цифровизация все быстрее изменяет жизнь и деятельность подавляющего числа потребителей: «цифровизация приводит к изменениям в экономике и общественной жизни, влияет на темпы и направления научно-технического прогресса, на деятельность крупных, средних и мелких компаний возрастающего числа отраслей, на способы взаимодействия с потребителями товаров и услуг и т.д.» [2, с. 3]. Закрытие офлайн точек на неопределенный промежуток времени, вынудило бренды сделать упор на реализацию продажи коллекций посредством онлайн-торговли. Такая вынужденная мера, как самоизоляция, принуждает избегать посещения общественных мест и большого скопления людей, что очень влияет на потребительские предпочтения клиентов.

Основным фактором, который начинает определять развитие международной торговли одеждой, становится цифровизация и технологии чет-

вертой промышленной революции. «Сейчас практически все страны мира сильно, а многие — критическим образом зависят от международной торговли» [1, с. 133]. Компании модных брендов активно применяют цифровой маркетинг, искусственный интеллект, технологии виртуальной и дополненной реальности для продвижения модных коллекций и коммуникации между друг другом и потребителями, чтобы находить потенциальных клиентов и обеспечивать глобальную доступность и заинтересованность в конечном продукте.

Интеграция цифровых технологий в цепочку поставок оказалась инновационным и эффективным способом для компаний по производству одежды, прежде всего ведущих компаний-экспортеров из стран Юго-Восточной Азии оптимизировать производительность и затраты даже в условиях испытаний пандемии COVID-19. Вся отрасль движется к внедрению цифровых технологий на каждом этапе своей цепочки поставок, что позволяет межкультурной коммуникации среди модных брендов становиться гибче.

В период пандемии COVID-19 происходит резкая трансформация потребностей и ценностно-нормативной системы, незамедлительно изменившей характер социокультурной коммуникации. Резко падает ценность модных коллекций, дорогих аксессуаров. Все это находит свое отражение в становлении и развитии тех или иных модных тенденций и новаторских способах коммуникации брендов, актуальными среди которых становятся: поддержка новаций для межкультурной коммуникации брендов; перемещение в онлайн-пространство. Новаторскими идеями, по всему вышеописанному ряду причин стали:

1. *Онлайн-показы и презентации.* Организаторы модных показов разных стран начинают переходить в диджитал пространство. Например, представители Французской Федерации Моды провели летнюю Неделю мужской моды в дистанционном формате; Россия, следуя поддержке социального дистанцирования, открывает свой первый виртуальный сезон на Mercedes-Benz Fashion Week.

2. *Удаленные съемки.* FaceTime – становится наиболее популярным вариантом, как для обычных фотосессий, так и для полноценных коммерческих съемок. Благодаря минимуму оборудования и возможности оставаться дома, фото и видеосъемку можно проводить из любой точки мира, коммуницируя в межкультурном пространстве с максимальной осторожностью. Например, как это делала модель Гедре Дукаускайте для показа новой коллекции испанского бренда Zara. FaceTime – стал определенно новаторским решением для межкультурной коммуникации в период пандемии.

3. *Виртуальные модели-инфлюенсеры.* Виртуальные инфлюенсеры – новый формат, заключающийся в проектировании диджитал-моделей на обложках журналов, в модных статьях и даже на показах. Например, вир-

туальная модель Алиона Пол, которая примерила на себя коллекцию 3D-капсульной коллекции российского дизайнера Алёны Ахмадуллиной. По такому же принципу внедрение модных коллекций в виртуальное пространство происходило и в странах Европы, и в странах Азии.

4. *Онлайн-конференции.* Для того, чтобы обеспечить непрерывность в коммуникации, соблюдая карантинные меры, брендам пришлось прибегнуть к онлайн-конференциям. Это позволило решать некоторые вопросы между разными странами быстрее, так как не затрачивалось время на дорогу.

Такого рода глобальные события, как пандемия коронавируса, влияют не только на здоровье населения, экономическую ситуацию, но также на качество межкультурной коммуникации фэшн-брендов, порождая новые тенденции и новаторские решения. Теперь цифровые технологии изменяют глобальную индустрию моды в трех плоскостях: цифровизация товаров и предоставляемых услуг, цифровизация общения с клиентами и друг с другом и цифровизация производства и логистики. Ведущие компании индустрии моды широко применяют цифровые технологии для создания и сбыта товаров, активного взаимодействия с потребителями и между собой.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. Булатов А.С. Перспективы экономической глобализации. – М.: Конус, 2019. – 666 с.

2. *Российское общество в условиях самоизоляции.* Социальные эффекты и последствия пандемии COVID-19 / Под ред. П.С. Самыгина – М.: КноРус, 2020. – 260 с.

3. *Конина Н.Ю., Пономарёва Е.А., Панова Е.А.* Маркетинг ТНК в условиях цифровой трансформации экономики 4.0. Маркетинг в России и за рубежом. – 2020. – № 6. – С. 3-11.

4. *Седых И.А.* Индустрия моды. – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 65 с.

5. *Konina N.* Digital strategies in a global market: Navigating the Fourth Industrial Revolution. Switzerland: Palgrave Macmillan, 2021. 280 p.

6. *Vogue* Global Conversations. – URL: <https://www.vogue.ru/tag/vogue-global-conversations> (дата обращения: 27.09.2021).

ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА СЧАСТЬЕ / 幸世 В РУССКОМ И ЯПОНСКОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Кожевникова Ж.А.

Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов
Санкт-Петербург, Россия

Научный руководитель: доц. Волкова Е.В.

Статья посвящена особенностям восприятия и осознания концепта «счастье» в России и Японии. В работе представлены результаты сравнительного анализа вербализации данного концепта на основе рекламных роликов, т.к. достижение счастья через приобретение товаров и услуг является скрытым или явным посылом каждого рекламного сообщения.

Ключевые слова: концепт «счастье», вербализация концепта, рекламный дискурс, русский язык, японский язык.

FEATURES OF VERBALIZATION OF THE CONCEPT HAPPINESS / 幸世 IN RUSSIAN AND JAPANESE ADVERTISING DISCOURSE

Kozhevnikova Zh.A.

Saint Petersburg University of Humanities and Social Sciences

Scientific supervisor: Volkova E.V.

The article is devoted to the peculiarities of perception and awareness of the concept of happiness in Russia and Japan. Achieving happiness through buying goods and services is the implicit or explicit message of every advertisement. On the basis of that, the results of a comparative analysis of the verbalization of the concept of happiness based on Russian and Japanese commercials are presented in this article.

Key words: concept “happiness”, verbalization of the concept, advertising discourse, Russian language, Japanese language

Несмотря на различную интерпретацию понятия «концепт», мнения исследователей сходятся в том, что концепт является важной частью сознания и вербализируются языковыми знаками [2, с. 4]. Концепты как единицы мыслительной деятельности строятся как в сознании отдельного человека (индивидуальные), так и в сознании целых наций (национальные).

И хотя концепты являются единицами мышления, именно анализ

языковых единиц, фиксирующих определенный концепт, предоставляет доступ к человеческому сознанию, его концептосфере. Таким образом, анализируя языковые знаки, вербализирующие концепт, предоставляется возможность изучить концепты и напрямую связанные с ними особенности мышления и сознания человека.

Концепт «счастье» относится к базовым, т.к. является одним из фундаментальных в картине мира любой нации. Установив и сравнив особенности восприятия и репрезентации данного концепта в двух культурах, можно сделать вывод о концептуальном содержании сознания целой нации, а также выделить общие и индивидуальные черты в сознании представителей обеих культур.

Прежде всего, необходимо выявить этимологию слова в японской и русской лингвокультурах, чтобы установить происхождение и изначальное значение понятия, вербализирующего концепт «счастье». Согласно данным этимологических словарей понятие «счастье» в русском языке ведет свою историю из праславянского языка [8, с. 416], в то время как в японском понятие «幸世» (shiwase) появилось лишь в период Муромати (1336-1573). При этом «幸世» – производная от глагола "為合わす, 仕合わす" (shiwasu, “хорошо подходить друг другу; хорошо работать вместе”), который, в свою очередь, произошел от старояпонских глаголов "為る" (suru, “делать как следует”) и 合わせる (awaseru, “соединяться, подходить друг другу”). Изначально данное слово означало «встречу» и использовалось с такими оценочными словами как «хорошая встреча» и «плохая встреча», а впоследствии слово стало обозначать «удачные ситуации», и значение сместилось в сторону чувств, а не ситуации [10]. Более того, очень важно обратить внимание на кандзи, обозначающий понятие «счастье» в японском языке: 幸 – изображает человека, закованного в кандалы. Впоследствии значение данного иероглифа расширилось до удачи и счастья, так как считается, что человеку, на которого надели оковы, посчастливилось избежать более тяжелого наказания и смерти [11].

Что касается русского языка, то в нем изначальное значение понятия «счастья» семантически изменилось не так сильно, как в японском языке: согласно популярному мнению, праславянское слово *същєстьє образовалось от щєсть ‘часть’ с помощью приставки съ- (=своя). Более древняя форма этой приставки реконструируется как *su ‘хороший’, и она родственна древнеиндийскому su- с тем же значением. Таким образом, *същєстьє — это «хорошая часть, доля», «своя (нужная себе) часть» [7, с. 816].

Рассмотрев этимологию понятия «счастья» в японском и русском языках, можно заметить историческую семантическую соотнесённость в японском языке понятия «счастья» с понятием «везения», «удачи». При этом изначально оно не означало наивысшую удовлетворенность действительностью, а лишь обозначало лучший из худших исходов. В русском

языке, так же, как и в японском, понятие «счастье» изначально сочеталось с понятием «удачи», человеку «посчастливилось» обладать «хорошей долей». Однако, в отличие от японского, данное понятие изначально имело положительную коннотацию – оно означало какую-то часть реального мира, которой посчастливилось обладать человеку. Затем «счастьем» стали обозначать именно чувство, испытываемое таким человеком.

Далее следует обратиться к толковым словарям и словарям синонимов. Во многих толковых словарях русского языка (С.А. Кузнецов, С.И. Ожегов, Т.Ф. Ефремова, В.И. Даль и т.д.) понятие «счастье» интерпретируется в двух основных значениях: 1) состояние высшей удовлетворенности жизнью, 2) удача, успех. Также в некоторых словарях (С.А. Кузнецова, Ушакова, А.П. Евгеньевой) в качестве третьего значения указывается «участь, доля, судьба» как просторечный вариант употребления. В толковых словарях японского языка данное понятие часто приравнивается к «удаче» и «судьбе». Также, в некоторых словарях (Glosbe, Tangorin) «幸世» определяется как ментальное состояние благополучия. Таким образом, в современных русских и японских толковых словарях понятия «счастья» имеют схожие значения, однако в японском языке оно ближе к понятиям «удачи», «фортуны» и «судьбы», чем в русском языке.

Что касается синонимов понятия «счастье», то в русском языке к ним относятся такие слова, как «благополучие» (спокойное течение жизни, не нарушаемое несчастиями, неудачами [6, с. 664]), «благоденствие» (полное благополучие, процветание [3, с. 1001]), «удача» (благоприятное стечение обстоятельств, способствовавшее желательному, нужному исходу дела [5, с. 1297]), «успех», «случай» [1, с. 381]. Таким образом, понятие «счастья» в русском сознании ассоциируется со спокойным состоянием, течением жизни, а также со случайностью или судьбой, которые приводят к положительному исходу. В японском языке синонимами «счастья» считаются слова 好運 (ко:н) (везение, удачный случай), 愉しげ (сатоси сигэ) (приятный, радостный, веселый, т.е. транслирующий и характеризующийся радостью, весельем) [9], 果報 (кахо:) (удача), 元氣 (гэнки) (состояние здоровья без наличия недугов, хорошая физическая форма), 幸福感 (ко:фуку) (удовлетворенность, жизнь без жалоб и нареканий) [14]. Так, в японском языке существует много синонимов слова «счастье», которые соотносятся с понятиями «случая», «удачи», т.е. случайность, которая приводит к желаемым последствиям. Помимо этого, «счастье» не ассоциируется с чем-то грандиозным, с достижением огромных высот и т.д., наоборот, его синонимом в японском является обычная жизнь без недугов. Важно отметить, что под «счастьем» часто подразумевается хорошее состояние здоровья.

Следует также рассмотреть и сравнить интерпретацию концепта «счастье» в русских и японских пословицах и поговорках, т.к. они являются народными изречениями и признаются олицетворением народной муд-

рости. Так, в обоих языках есть пословицы и поговорки, схожие по своей семантике: о том, что «счастье» зависит от приложенных усилий («Кто за счастье борется, к тому оно и клонится», «Всяк своего счастья кузнец» — «Счастье и успех в жизни зависят не от наших обстоятельств, а от наших усилий», 人生の幸福と成功は我々の環境いかんによるのではなくて、我々の努力いかんによるのである); о том, что несчастье всегда сменяется счастьем («Бояться несчастья – и счастья не видать», «Пройдя бедствия и несчастье – встретишь счастливую судьбу», 禍を転じて福と為す); о том, что счастье не купить за деньги («Счастье не купишь», 幸福は買えない); о том, что счастья не должно быть много («Когда счастья много, оно дешево», «Настоящее счастье состоит в том, чтобы желать малого», 眞の幸福は、ほとんど何も望まないことにある).

Однако есть пословицы и поговорки, которые являются уникальными для японской и русской лингвокультур. Например, японские пословицы сильно обусловлены философией буддизма и идеями бусидо: «Счастье состоит не из того, чем ты владеешь» (幸福とは、どれだけのものを所有しているのかにあるではありません), «Счастье заключается в довольстве» (幸福は満足に有る), «Счастье приходит в дом, где слышен смех» (笑う門には福来たる).

В России же, в силу многих исторических и религиозных обстоятельств, счастье воспринимается многими с недоверием, укором: считается, что просто так быть счастливым невозможно, а само счастье очень сложно удержать («Счастье — вешнее ведро (т.е. ненадежно)», «Счастье без ума — дырявая сума; где найдешь, там и сгубишь», «Легче счастье найти, чем удержать его»). Также, в силу особенностей русского менталитета, встречается много пословиц, в которых выражается надежда на лучшее будущее, где поджидает счастье («Счастье покидает, а добрая надежда никогда», «Счастье видишь — смелее вперед идешь», «Не отведав горя, не познаешь и счастья»).

При компаративном анализе концепта «счастье» важно учитывать ценности, которые обусловлены культурой и непосредственно влияют на восприятие концептов. Ведь именно реализация ценностных установок является стремлением к счастью. Так, в японском языке понятие «幸せ» часто соотносится с основными нормами *до:току* (японской морали), что буквально можно перевести как «путь добродетели» [4]. В отличие от западной морали, которая, скорее, является просто сводом правил и законов, мораль *до:току* более сложна и подразумевает не простое подчинение прописанным правилам. Мораль *до:току* подразумевает наличие таких качеств, как самоотречение (отказ от собственных желаний), взаимопомощь и готовность идти на компромисс (интересы общества стоят выше индивидуальных), благодарность к окружающим, жертвенность (соотнесённость с идеями бусидо), а также скромность и сдержанность. Таким образом, ин-

дидуальное счастье в японской культуре отходит на второй план, люди меньше задумываются о своих желаниях. Также, с идеями *до:току* связан принцип «ва» (和) – принцип гармонии и согласия, который проявляется в любви японцев к природе: все природные явления являются символами, и в каждом из них (даже если они приносят непоправимый вред человеку и его творениям), есть гармония и порядок.

Для того, чтобы выяснить, как счастье воспринимается в России и Японии их современным населением различного возраста, был проведен анализ ассоциативных реакций информантов на слово «счастье». В опросе участвовали 54 русских информантов в возрасте от 13 до 62 лет и 23 коренных японца в возрасте от 19 до 42 лет. Каждый респондент называл 10 слов-ассоциаций. Таким образом, в ядерной части семантического поля концепта «счастье» в русском языке оказались слова, связанные с любовью и семьей (любовь, семья, родители, дети, внуки, отношения). Сюда же можно отнести слова, связанные с дружбой (друзья, дружба). К ядру поля также относятся слова, обозначающие явления, которые связаны с концептом «семья»: например, «дом». К периферийной части концепта возможно отнести слова-ассоциации, обозначающие положительные эмоции и ощущения (радость, улыбка, тепло, уют, взаимопонимание и т.д.).

Что касается опроса респондентов из Японии, то стоит отметить, что многим из них было крайне сложно назвать все 10 слов-ассоциаций. Дело в том, что почти каждый из опрашиваемых признавался, что никогда не задумывался о том, что такое счастье для него. При анализе было выявлено, что в ядерной части данного семантического поля в японском языке находятся слова, связанные с концептом «свобода» («делать то, что нравится», «свободная любовь» и т.д.). К этой же группе слов относятся слова, обозначающие обыденные вещи в контексте свободного от работы времени (еда, сон, аниме, манга, игры и т.д.). К периферийной части концепта можно отнести слова, обозначающие семью и любовь (семья, дети, свадьба). Следующим по частоте ассоциирования является слово «улыбка». Причем нередко это слово возглавляет ассоциативный ряд. Данное явление представляет интерес для анализа, т.к. японская улыбка считается тщательно продуманной и культивированной составляющей этикета. Считается, что особенно характерной для японцев является улыбка, которая отображается на лице, когда на самом деле они испытывают отрицательные эмоции [4]. Однако даже такую улыбку японцы ассоциируют с счастьем, т.к. она связана с одной из основных ценностей японской культуры «ва» («социальная гармония»). Таким образом, «ва» стремится к желаемому сотрудничеству, доверию, теплоте и т.д. Чтобы достичь этой цели, необходимо избегать конфронтации, поэтому стратегия маскировки истинных эмоций становится очевидным выбором японцев.

Выявив особенности восприятия счастья в русской и японской культурах, стоит обратиться к рекламе и ее отличительным чертам в России и

Японии. Японская реклама очень часто шокирует представителей западных культур своей креативностью и необычностью. Многим людям, незнакомым с японской культурой и ее особенностями, она может показаться абсурдной и бессмысленной. Однако при анализе рекламы становится очевидным, что приемы, используемые в японской рекламе, соотносятся с пониманием счастья у японцев.

Как было выяснено при помощи анализа ассоциативных реакций, счастливым японца может сделать свобода, в том числе свобода интерпретации: при помощи использования абстрактных сюжетов и героев авторы рекламы предоставляют смотрящим самим интерпретировать увиденное и разглядеть в рекламе именно то, что необходимо им в данный момент жизни. Также, японская реклама нацелена на фантазийность, чтобы помочь японцам отвлечься от реального мира, в котором они очень много работают, и погрузиться в выдуманный и сказочный мир.

Стоит также отметить влияние американской культуры на современную Японию: у многих современных японцев счастье сводится не к духовной гармонии как к орудию для достижения спокойствия, а к материальным предметам, например, к еде, манге и компьютерным играм. В связи с этим, именно данные предметы транслируются в японской рекламе.

В качестве примера для сравнения рекламы в России и в Японии в данной работе рассмотрим рекламу лапши быстрого приготовления. Так, в России большой популярностью пользуется отечественный производитель продуктов быстрого приготовления «Роллтон». В рекламном ролике 2019 года [13], который был выпущен в честь двадцатилетия бренда, создатели обращаются к таким близким представителю русской культуры ценностям, как семья, дружба, любовь. В рекламе напрямую транслируется то, что может сделать русского человека счастливым. Таким образом, у зрителя происходит эмоциональный отклик на рекламу, он начинает связывать счастье с транслируемым продуктом и у него появляется желание приобрести данный товар.

Что же касается японской рекламы, то приведем в пример рекламу «Cup Noodle Nissin». Данный бренд успел стать культовым: данная лапша быстрого приготовления встречается в сериалах, фильмах и видеоиграх, а также именно основатель этой компании является создателем лапши быстрого приготовления в целом. В связи с этим существует большое количество рекламы данного бренда в Японии, но у всех рекламных роликов есть общие отличительные черты. Так, каждый рекламный видеоролик отличается своей эпатажностью и яркостью [12]: везде есть яркие персонажи, которые привлекают к себе внимание, нередко транслируются известные персонажи из аниме. Чаще всего в рекламе данного бренда появляются выдуманные персонажи, которые совершают подвиги, а также используется большое количество элементов в стилистике фэнтэзи. Однако иногда в рекламные ролики «Nissin» добавляется любовная арка.

Стоит также отметить, что в рекламе практически отсутствуют слова, в то время как в русской рекламе закадровый голос или персонажи часто говорят на протяжении всего рекламного видеоролика. Это связано с тем, что в западном маркетинге очень важно аргументировать потенциальному покупателю, почему ему следует приобрести именно этот товар, в то время как в японской рекламе это совершенно не нужно. Во-первых, японская культура является высококонтекстуальной, поэтому слова здесь отходят на второй план; например, в соответствии с моралью *до:току* человек должен использовать слова только в случае острой необходимости, а в остальное время молча делать свое дело. Во-вторых, японский зритель не сомневается в качестве продукции известного производителя, поэтому ему не нужно объяснять, почему именно этот товар или услугу следует приобрести. Представителя японской культуры может заинтересовать рекламный ролик только в том случае, если он преподнесён оригинально и ярко. Японцы живут в быстром ритме жизни, они сталкиваются с большим количеством информации в течение дня, поэтому эмоциональный отклик у представителя японской культуры может произойти на то, что смогло бы отвлечь его от ежедневной суеты.

Таким образом, концептуальный анализ позволил выявить особенности концепта «счастье» в японской и русской лингвокультурах, а компаративный анализ помог сопоставить два варианта восприятия и репрезентации исследуемого концепта в Японии и России. В ходе исследования было выявлено, что концепт «счастье» имеет такие схожие черты в обеих лингвокультурах, как ассоциация с понятием удачи, соотнесение с гармонией в жизни и спокойным благополучием. Однако, в силу различия ценностей, в России концепт «счастье» связан с личным благополучием, в то время как в Японии данный концепт имеет более философский подтекст и подразумевает гармонию окружения в целом (не только личностную). Также, как показал анализ рекламных роликов, реклама в России несет более явный посыл и воздействует на зрителя путем демонстрации желаемого домашнего уюта и любви, в то время как в Японии рекламные ролики нацелены на получение зрителем положительных эмоций от просмотра самой рекламы, а не трансляции желаемой реальности.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абрамов Н.П.* Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. – М.: Русские словари, 1999. – 431 с.
2. *Антология концептов.* Том 1/ Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – М.: Парадигма, 2005. – 352 с.
3. *Ефремова Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-образовательный. – М.: Рус. яз. 2000. – 1209 с.
4. *Изотова Н.Н.* Влияние норм традиционной японской морали на формирование концепта «счастье». URL: <https://doi.org/10.24833/2071->

8160-2011-3-18-253-258 (дата обращения 13.10.2021).

5. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. – М.: Норинт, 1998. – 1536 с.

6. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка. – М.: Аделант, 2014. – 800 с.

7. Фасмер М.Р. Этимологический словарь русского языка. 2-е изд. – М.: 1987. – 832 с.

8. Цыганенко Г.П. Этимологический словарь русского языка. – М.: 1989. – 511 с.

9. *Goо*: online synonym dictionary. URL: <https://dictionary.goо.ne.jp/thrsr/5296/meaning/m0u/%E5%B9%B8%E3%81%9B/> (дата обращения 13.10.2021).

10. *Japanese Etymological dictionary*. URL: <https://gogen-yurai.jp/> (дата обращения 13.10.2021).

11. *Kanji Cafe*: online tutorial for learning kanji. URL: <https://www.kanjicafe.jp/detail/8438.html> (дата обращения 13.10.2021).

12. *Nissin advertising Special*. URL: <https://youtu.be/QBnYp42HdbU> (дата обращения 13.10.2021).

13. *Rollton advertising 20 years (2019)*. URL: <https://youtu.be/11FQVS3SXQc> (дата обращения 13.10.2021).

14. *Weblio*: Dictionary of synonyms and antonyms. URL: <https://thesaurus.weblio.jp/content/%E5%B9%B8%E7%A6%8F> (дата обращения 13.10.2021).

УДК 008

КУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РОССИИ И США НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Кузнецов А.Н., Николаева Е.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

Статья посвящена актуальным вопросам межкультурных связей России и США и их особенностям на современном этапе. Обсуждаются пути налаживания отношений в области культуры, приводится информация о мероприятиях Российского культурного центра в культурно-гуманитарной сфере.

Ключевые слова: культурное сотрудничество, Российский культурный центр, культурные связи, культурно-гуманитарная сфера, российско-

американские отношения.

CULTURAL INTERACTION BETWEEN RUSSIA AND THE USA ON THE CURRENT STAGE

Kuznetsov A.N., Nikolaeva E.V.
The Kosygin State University of Russia

The article is devoted to topical issues of intercultural relations between Russia and the USA and their peculiarities at present time. It discusses the ways to establish relations in the field of culture and presents information about special events of the Russian Cultural Center in the cultural and humanitarian sphere.

Key words: cultural cooperation, Russian Cultural Center, cultural relations, cultural and humanitarian sphere, Russian-American relations.

The relations between the Russian Federation and the United States are the most discussed on the world arena. There have been many decades of aggravation and some rather short periods of temporary normalization. The complication of the international situation caused by different foreign-political actions of both countries significantly affects the cultural cooperation between them [6]. The cultural sphere is a very important element of interaction between countries. The study of this aspect is an actual problem of modern research, which allows considering the conclusions of experts in practice.

The purpose of the article is to characterize the relations between Russia and the United States in the cultural sphere in the 21st century.

Cultural cooperation between Russia and the United States is carried out based on the Memorandum of Understanding of September 2, 1998 between the governments of the Russian Federation and the United States on the principles of collaboration in the fields of culture, humanities and social sciences, education, and the media. This document stipulates that both sides intend:

- to contribute to the strengthening of mutual cooperation in the fields of culture, humanities and social sciences, education, archives and the media;
- to encourage the development of cultural exchanges in order to promote a better understanding of each other's culture;
- to facilitate the establishment of contacts between interested governmental and non-governmental organizations in order to develop programs and joint projects in areas of mutual interest, contributing to the strengthening of bilateral ties;
- to encourage scientific research in the field of culture, humanities and education conducted by relevant educational institutions of both countries;
- to assist in the study of the English and Russian languages in the Russian Federation and the United States of America, respectively;

- to promote mutual exchange of students, undergraduates, postgraduates, faculty and scientists for training and research work, as well as teachers of secondary schools for internships and lectures [3].

Even during the Cold War, politicians were aware of the need to develop cultural, educational, and scientific contacts. In 1958, a Soviet-American document was signed, which became known as the Lacey-Zarubin Agreement. It provided for exchanges in the fields of science and technology, agriculture, medicine and healthcare, radio and television, cinema, sports, tourism, culture, exhibition activities. The agreement was concluded largely due to the desire of the US President D. Eisenhower who wanted to develop a direct dialogue between the citizens of the two countries, which he considered “one big, progressive step towards world peace.” The American administration realized that establishing cooperation with the USSR in such areas as culture, science and education was in the interests of the American people [2].

Despite the US administration’s policy of freezing contacts with Russia in several areas in recent years, the cultural and humanitarian sphere remains one of the few platforms where constructive interaction continues [5]. In fact, the maintenance and development of ties in this area contributes to the strengthening of mutual understanding and trust between peoples, serves as a foundation for establishing a dialogue on other issues. It helps to break stereotypes about our countries that have developed over many years and are still present in the collective conscious and mass media clichés [4].

One of the most important venues for various cultural and social events is the Russian Cultural Center (RCC), which is located in a historic mansion in the center of Washington. The main tasks of the RCC are to introduce the history and culture of the peoples of Russia to local citizens, to support the study and teaching of the Russian language, the implementation of projects in the field of science, education, sports, and tourism. For this purpose, the RCC organizes various events that contribute to the rapprochement of the worldviews of citizens of Russia and the US.

The RCC carries out a competitive selection of American citizens for higher education in the Russian Federation according to the quota of the Government of Russia, interacts with Russian-American organizations and has various connections with universities, museums, and other cultural institutions both in the United States and in Russia. Since 2017, a licensed Testing Center for Russian as a foreign language has been operating based on the RCC.

A key activity of the RCC is also the development of connections with compatriots living in the United States by supporting projects aimed at preserving their cultural and linguistic identity and ties with Russia.

Of particular importance is the preservation of Russian historical and cultural heritage in the United States. In 2017, a corresponding Interdepartmental working group was established under the Russian Foreign Ministry, bringing together not only representatives of federal ministries and departments, but

also the scientific and academic community, business and public organizations that care about the fate of Russian memorials and heritage sites in the United States.

The work of our compatriots in this direction is welcome. In 2019, a Committee for the Preservation of Russian Cultural and Historical Heritage was formed under the Coordinating Council of Organizations of Russian Compatriots in the United States. The members of the committee systematize information about the objects representing the national heritage in the United States, and take measures aimed at timely adoption of steps for their preservation. In addition, a great attention is paid to the popularization of scientific research and the publication of popular scientific articles related to the history of the Russian presence on the North American continent.

Good relations are remaining at the level of civil society in Russia and the United States. One of the brightest examples is the annual Fort Ross Dialogue conferences, the name of which goes back to the historical settlement of Russian pioneers on the territory of present-day California. The Forum is designed to promote mutual understanding and cooperation between the peoples of Russia and the United States, regardless of the conjunctural features of the political climate.

Its participants have been meeting regularly since 2012 in San Francisco. In May 2017, the Russian segment was launched. The first ‘visiting session’ took place in Pskov and the fortress of Izborsk, the twin museum of Fort Ross. In 2018, the delegates of the Forum met in Veliky Novgorod, and in 2019 – in Vologda. At the same time, the genuine interest of the general American public in the “Fort Ross Dialogue” convincingly witnesses that ordinary Americans are not for confrontation, but for the interaction of our countries.

Also on April 10, 2019, Russian Ambassador to the United States Anatoly Antonov said that cultural ties allow us to maintain good relations between the peoples of Russia and the United States, despite the political tension between Moscow and Washington. A good example is the tour of the Russian ballet group of the Mariinsky Theater, which performed on the stage of the main theater and concert complex of the US capital – the John F. Kennedy Center for the Performing Arts. According to A. Antonov, honoring the Mariinsky theatre – one of the best, if not the best, ballet company in the world – is another evidence that Russian-American cultural ties remain strong and continue to develop regardless of the political conjuncture, they allow us to maintain good relations between our peoples even in the most difficult times. In conclusion, our ambassador expressed gratitude to Susan Carmel, Chairman of the Board of Directors of the Washington-based American-Russian Cultural Cooperation Foundation, “for the continued support of bilateral humanitarian projects, the promotion of Russian culture in general,” as well as the organization of this event. The last one was held in the Kennedy Center ‘Russian Lounge’, established in 2014 [1]. Susan Carmel is a major philanthropist who has been working tirelessly

ly for several years to improve Russian-American relations, a member of the Order of Friendship. She has established the Carmel Institute of Russian Culture and History, within the American University College of Arts and Sciences [7].

Thus, the relations between Russia and the United States in the cultural sphere at the current stage contribute to maintaining trust and mutual understanding. But given the political confrontation between these states, cultural ties may decline in the future. In order to prevent this, it is necessary to carry out public and private projects in the field of culture that will be less politicized.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Антонов*: культурные связи позволяют сохранять добрые отношения между народами России и США // ТАСС. 10.04.2019. – URL: <https://tass.ru/kultura/6315829> (дата обращения: 03.10.2021 г.).

2. *Культурные связи* // Посольство Российской Федерации в США. – URL: <https://washington.mid.ru/ru/countries/bilateral-relations/cultural-connections/> (дата обращения: 03.10.2021 г.).

3. *Меморандум о взаимопонимании между Правительством Российской Федерации и Правительством Соединенных Штатов Америки о принципах сотрудничества в области культуры, гуманитарных и общественных наук, образования и средств массовой информации от 2 сентября 1998 г.* // Национальный информационный центр. – URL: https://nic.gov.ru/ru/docs/foreign/collaboration/agreem_coop_USA_1998 (дата обращения: 03.10.2021 г.).

4. *Николаева Е.В.* Кросскультурные коллизии: рекламные репрезентации России // Труды Санкт-петербургского университета культуры и искусств. – 2010. – Т. 190. – С. 472-479.

5. *Тер-Минасова С.Г.* Война и мир языков и культур. – М.: Слово, 2008. – 344 с.

6. *Хантингтон С.* Столкновение цивилизаций. М.: АСТ, 2021. – 640 с.

7. *Dodson H.* Unique Gift from Susan Carmel Lehrman to AU: Establishes the Carmel Institute of Russian Culture and History. American University, D.C. March 23, 2015. URL: <https://www.american.edu/cas/news/carmel-institute.cfm> (дата обращения 15.12.2021).

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ ИЗ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Кулакова В.В.

Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева

Научный руководитель: доц. Алексеева М.Г.

Статья посвящена рассмотрению немецких заимствований в английском языке на примере социальных сетей. Выявлены причины проникновения лексических единиц немецкого языка в английский, их значение в лексической системе современного английского языка. Установлено, что англоязычные пользователи Интернета используют германизмы для выразительности речи.

Ключевые слова: немецкие заимствования, германизмы, германские языки, английский язык, социальные сети.

LEXICAL LOANWORDS IN ENGLISH FROM GERMAN ON THE EXAMPLE OF SOCIAL MEDIA

Kulakova V.V.

Chuvash State Pedagogical University

Scientific supervisor: Alekseeva M.G.

The article focuses on German loanwords in English on the example of social networks. The reasons for the entry of German lexical units into English and their significance in the lexical system of modern English are revealed. It has been established that English-speaking Internet users use Germanisms for expressive speech.

Key words: German loanwords, Germanisms, Germanic languages, the English language, social networks.

В XX веке отец модернизма Джеймс Джойс активно употреблял иноязычные заимствования в процессе написания своего гениального романа "Улисс", в том числе и заимствования из немецкого языка. Текст порой пестрит такими выражениями как, «Übermensch», «Schluss», «Natürlich» и многими другими. В современном мире медиапространства англоязычные пользователи Интернета и всевозможных социальных сетей не менее активно используют лексику немецкого языка при написании собственных

«шедевров» – постов и комментариев в Instagram, Facebook, Twitter.

Германизмы активно проникали в лексику английского языка на протяжении всей истории развития языков. Немецкий язык был одним из языков, заложивших основу для развития словарного запаса английского языка и продолжает обогащать его на современном этапе.

Заимствование – это процесс перехода лексической единицы из одного языка в другой в результате которого в языке-реципиенте появляется и закрепляется элемент языка-донора. Процесс заимствования считается основой для функционирования и исторического развития языка, обогащения словарного запаса [6, с. 86].

По мнению отечественного лингвиста Добродомова И.Г., заимствованием является не только процесс, но и результат перехода лексической единицы из языка-донора в другой язык, в нашем случае – английский, сам заимствованный элемент [3, с. 159].

Наличие как англицизмов в немецком языке, так и германизмов в английском языке свидетельствует о развитии языков, отражении общественной жизни в лексике путем взаимодействия и взаимного проникновения языков и культур народов.

Для английского языка характерно заимствование немецкоязычной лексики в экономической сфере, политической сфере, в области науки и культуры, и даже в области мистических явлений. Примером тому служит знакомое не только англоговорящим людям, но и носителям русского языка слово *Poltergeist* (нем. *poltern* «греметь, стучать, шуметь» и *Geist* «дух, призрак»).

Заимствования активно используются в устной речи, а также фиксируются в письменной речи – в СМИ и социальных сетях. Некоторые немецкие заимствования прочно закрепились в системе английского языка и фиксируются даже учебными словарями [5].

Изначальной причиной появления заимствований были военные и политические отношения, торгово-экономические связи стран и народов, обмен культурными и научными достижениями [2].

К началу XX века в английском языке появляется ряд заимствований из немецкого языка из области гуманитарных наук, общественной жизни и политики. Заимствуется много терминов (из области химии и физики, филологии, искусства), многие из этих заимствований являются интернациональными словами.

А.В. Бондаренко условно разделяет немецкие заимствования, употребляемые в англоязычных газетных статьях, на три большие группы:

- заимствования, обозначающие реалии другой страны и употребляемые с целью сохранения национального колорита (*kaput, autobahn, frau*);
- профессионализмы – заимствования, принадлежащие к профессиональному словарю какой-либо области искусства или науки (*lied; untergang, wolfram*);

- заимствования, употребляемые прессой для создания определенно-го эффекта с целью воздействия на адресата, что дает возможность читателю почувствовать себя частью описываемых событий, вдохнуть атмосферу страны, о которой идет речь [1, с. 43].

В Интернет-пространстве прочно закрепились слова и словосочетания, используемые пользователями социальных сетей для выразительности речи и передачи языковых реалий. Ниже проанализируем некоторые из них.

Немецкое слово *Blitzkrieg* (нем. *Blitz* «молния» и *Krieg* «война» – буквально «молниеносная война»). Автором этого термина считается Альфред фон Шлиффен, который использовал его для обозначения теории ведения скоротечной войны, согласно которой победа достигается в сроки, исчисляемые днями, неделями или месяцами, до того, как противник сумеет мобилизовать и развернуть свои основные военные силы. В период Второй мировой войны слово было заимствовано не только в английский и русский язык (Блицкриг), но и в многие другие языки [4, с. 255].

В современном английском языке это слово расширило изначальный исключительно военный контекст и приобрело переносное метафорическое значение: любая агрессивная стратегия, рассчитанная на достижение быстрого результата [7]. Слово приобрело популярность в политической сфере жизни общества, в сфере бизнеса.

В Интернете и социальных сетях можно заметить частое использование и слова *Blitz* для обозначения интерактивов – игр, викторин и опросов, проводимых пользователями для повышения активности их аудитории.

Англоязычные пользователи Интернета активно используют в социальных сетях слово *Schadenfreude* (от нем. *Schaden* «ущерб, повреждение, вред, урон» и *Freude* «радость, отрада, веселье») как аналог уже укоренившемуся выражению “*sorry not sorry*”, что используется для ироничной насмешки – на русский язык выражение дословно переводится «прости, не жаль» [9].

Среди часто встречаемых германизмов в социальных сетях можно отметить слово *Angst* «страх, тревога»: «*Facebook goes down, prompting angst among social media site users worldwide*» [8] (Фейсбук теряет популярность, вызывая *тревогу* среди пользователей общественных сайтов по всему миру).

Имеющее германские корни слово *Lust* (от нем. «желание, стремление, страсть») считается полностью ассимилированным в английском языке. *Wanderlust* (страсть или жажда к путешествиям) относится к германизмам, часто употребляемым носителями английского языка, в том числе и в социальных сетях. Фото путешествий в Instagram всё чаще подписываются такими хештегами, а пользователи Facebook публикуют посты, признаваясь, что жажда путешествий привела их во многие уголки мира – “*Wanderlust has led me to many different parts of the world*” [10].

На основе изученного материала можно сделать вывод, что немецкие заимствования активно используются англоговорящими пользователями социальных сетей. Было выяснено, что в большинстве случаев германизмы использованы для передачи атмосферы события, чувств говорящего, языковых реалий.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бондаренко А.В.* Некоторые наблюдения над немецкими заимствованиями в современном английском языке // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2010. – № 600. – С. 40-45.

2. *Гусева А.Е., Ольшанский И.Г.* Лексикология немецкого языка: учебник и практикум для академического бакалавриата. – 2-е изд., пер. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 428 с.

3. *Добродомов И.Г.* Лингвистический энциклопедический словарь / под общ. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/> (дата обращения 12.10.2021).

4. *Зинчук Е.А.* Немецкие заимствования в лексической системе современного английского языка // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 4. – С. 110-116.

5. *Словарь* английского языка Meriam-Webster. URL: <http://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 12.10.2021).

6. *Степанова М.Д., Чернышева И.И.* Лексикология современного немецкого языка. Lexikologie Der Deutschen Gegenwartssprache: учеб. пособие для студентов лингвист. и пед. фак. вузов. – 2-е изд., испр. – М. : ACADEMIA, 2005. – 251 с.

7. *Blitzkrieg.* Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=BlitzKrieg> (дата обращения 20.11.2021).

8. *Facebook goes down.* Daily news article. URL: <https://www.nydailynews.com/news/national/facebook-prompting-angst-users-article-1.1926589> (дата обращения 20.11.2021).

9. *Schadenfreude.* Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=schadenfreude> (дата обращения 20.11.2021).

10. *Wanderlust.* Словарь английского языка Meriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/wanderlust> (дата обращения 20.11.2021).

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА 'INDEPENDENCE' В АМЕРИКАНСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Левина Е.С., Шутова Т.И.

Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н. А. Добролюбова
Нижний Новгород, Россия

В статье рассматривается лингвокультурный концепт Independence как один из основных концептов американской картины мира. С помощью данных исторического корпуса американского английского языка было установлено, что диахронический слой концепта выражен признаком территориальной и государственной суверенности. Синхронический слой был изучен на материале, представленном в корпусе современного американского варианта английского языка, а именно на основе семантики прилагательных, сочетающихся с independence, а также существительных, тематически связанных с этим концептом. В статье делаются выводы, что синхронический слой концепта представлен совокупностью трёх признаков: территориальная суверенность, личная и общественная независимость. При этом указывается, что данные признаки взаимосвязаны с основными синонимами изучаемого концепта, а именно Freedom, Sovereignty и Individualism, которые, в свою очередь, отражают особенности национального характера американцев.

Ключевые слова: корпусное исследование, лингвокультурный концепт, независимость, свобода, суверенитет, индивидуализм.

REPRESENTATION OF THE LINGUACULTURAL CONCEPT 'INDEPENDENCE' IN THE AMERICAN WORLDVIEW

Levina E.S., Shutova T.I.

Linguistics University of Nizhny Novgorod

The article analyses one of the core concepts of the American worldview – the linguacultural concept INDEPENDENCE. Based on the data of the Corpus of Historical American English, it has been established that the notion of territorial and national sovereignty represents the diachronic layer of the concept. The synchronic layer has been studied on the basis of the data presented in the Corpus of Contemporary American English via the meaning of the adjectives that collocate with the word 'independence' and thematically-related nouns. It is concluded that territorial sovereignty, personal and public independence illustrate the synchronic layer of the concept under consideration. It is also stated

that these features are interconnected with the dominant synonyms of the concept, namely Freedom, Sovereignty, and Individualism that reflect the peculiarities of the American national character.

Key words: corpus-based research, linguacultural concept, independence, freedom, sovereignty, individualism.

Корпусные технологии широко применяются при изучении лингвокультурных концептов (например, в работах А. О. Кожевникова [2, с. 158-167], С.Г. Воркачева [1, с. 163-174], О.Ю. Шишигиной [3, с. 143-151]). Обширность и репрезентативность данных, представленных в лингвистическом корпусе, создаёт практически безграничные возможности для исследования лексического окружения концепта в разных контекстах, что способствует его многогранному рассмотрению, помогает выявить его основные признаки, а также при необходимости проследить изменения смыслов конкретного исследуемого понятия.

Одним из основных лингвокультурных концептов, наложивших глубокий отпечаток на национальный характер американцев и определяющих их картину мира, является независимость (*independence*). Так, в разделе ‘Answering Difficult Questions about American Values’ на сайте Правительства США www.state.gov независимость упоминается самой первой среди ценностей американцев и рассматривается как через призму личностной ответственности за «собственную идентичность и судьбу, отраженную в выборе, способностях и усилиях», так и с точки зрения «ограниченного вмешательства и контроля личной жизни со стороны правительства» [4, p.1]. Отмечается, что отсутствие правительственного контроля следует напрямую из Декларации независимости [4, p.1].

Декларация независимости является основополагающим документом США, провозгласившими государство независимым от Британского королевства 4 июля 1776 года. С тех пор дата основания Соединенных Штатов Америки как свободной и суверенной страны является главным национальным общегосударственным праздником, который чествует принципы, лежащие в основе национального сознания и национальной картины мира американцев. Таким образом, почитание существования Дня независимости в США является ещё одним подтверждением того, как трепетно американцы относятся к собственной независимости.

В течение длительного времени доминантной характеристикой концепта *Independence* была государственная независимость. В корпусе исторического американского английского языка (*Corpus of Historical American English* [6]) среди двадцати наиболее частотных прилагательных, сочетающихся с исследуемым понятием, первое место принадлежит прилагательному *national* (249 от общего количества употреблений, равного 2710). Слово сочетание *national independence* чаще всего встречается в контекстах, обсуждающих суровые годы “of a struggle for prosperity and na-

tional independence of the country” и утверждающих “the tight connection between **national independence** and sovereignty in the face of the enemy”. Вторым по частотности употребления является прилагательное *American* (246 от общего количества употреблений), активно употребляемое в контекстах, связанных с войной за независимость США, которая привела к учреждению Декларации Независимости, “that celebrated the independence of the new free state”. Прилагательное *political*, третье по частоте сочетаемости (226 употреблений), в некоторых контекстах используется в качестве синонима к словосочетанию the American War of Independence (например, “...at the end of our successful war for **political independence**”, “...encouraged the war for **political independence**” и т.п.). Расположившиеся на четвёртом и седьмом местах абстрактные прилагательные *complete* и *absolute* (156 и 76 употреблений соответственно) также встречаются в предложениях, повествующих об американском тяжёлом пути “to the **absolute independence** from the First British Empire” и национальном долге “to maintain **the complete independence** of the state”. Словосочетание *economic independence* (151 употребление) впервые встречается в корпусе в статье от 1915 года, в которой обсуждается созависимость ‘**economic independence and territorial integrity and sovereignty**’ (дальнейшие случаи употребления также связаны с данной темой). В том же году в статье журнала ‘*Independent*’ в рамках вопроса о территориальной независимости высказывается мысль о том, что “**economic independence is not less important than political independence**”. Личная независимость (*personal independence*, 115 употреблений) каждого гражданина США также тесно связана с суверенностью государства, потому что “**personal independence would remain inviolable only in an independent state**”. Таким образом, признак территориальной и государственной суверенности образует диахронический слой концепта.

Тем не менее, несмотря на традиционное понимание концепта, мы считаем, что в настоящее время репрезентативное поле понятия *Independence* расширилось и теперь включает в себя новые признаки, представленные в синхроническом слое.

Настоящая статья посвящена выявлению и классификации признаков лингвокультурного концепта *Independence*, составляющих синхронический слой, на основе семантики 4060 прилагательных и их частотности в корпусе СОСА (Corpus of Contemporary American English [5]), объем которого составляет 410 млн. словоупотреблений. Кроме этого, во внимание также были приняты понятия, вступающие в синонимические отношения с понятием *Independence*.

Исследование проводилось на материале данных корпуса современного американского английского языка (The Corpus of Contemporary American English, СОСА), потому что он является самым большим и наиболее представительным корпусом американского варианта английского языка, находящимся в свободном доступе. СОСА – это сбалансирован-

ный корпус смешанного типа объёмом более одного миллиарда словоупотреблений. Каждый год периода с 1990 по 2019 г. представлен текстами объёмом по 25 миллионов словоупотреблений. В одинаковых пропорциях корпус содержит тексты восьми основных категорий: устные тексты, художественная проза, популярные журналы, газеты, научная литература, титры кино- и телепрограмм, блоги и другие интернет страницы. Он обновляется один раз в год (последнее обновление было сделано в марте 2020 года) [5]. Именно эти факторы делают СОСА удобным для отслеживания динамики лингвистических изменений, что обусловило его выбор для настоящего исследования.

В результате анализа данных корпуса было выяснено, что абсолютная частота употребления слова *Independence* равняется 28 758. При этом было отмечено, что, с точки зрения восьми основных категорий, представленных в корпусе, оно наиболее частотно в дискурсе научной литературы (8292 употреблений), новостей (4440 употреблений) и журналов (4263 употреблений). Наименее распространен данный концепт в таких категориях, как титры кино- и телепрограмм (821 употреблений) и научно-популярные журналы (1160 употреблений). С точки зрения шести временных периодов, представленных в корпусе (шесть пятилеток с 1990 года по 2019), каждые пять лет использование исследуемого существительного постепенно снижалось, по сравнению с данными 1990-1994 годов, когда оно составляло 5339 употреблений. Лишь в последние пять лет заметна положительная динамика в частотности употребления слова *Independence*, когда абсолютное число словоупотреблений достигло 3024.

Оба показателя могут быть объяснены исторически. В период с 1990 по 1994 гг. происходила эскалация внутривосточных и межэтнических конфликтов не только на территории Советского Союза, но и в ряде других стран. На фоне нестабильной ситуации в мире, политическая инициатива в международных отношениях перешла в 1990-е гг. к США, по мнению американцев превратив страну “the leading nation with stable economy and political strength”. Возросший интерес к понятию *Independence* в период с 2015 по 2019 гг. может быть связан с президентскими выборами в США в 2016 году. Согласно статистическим данным СОСА существительное *Independence* (и его производные) наиболее часто появлялось в различных источниках именно в 2016 и в 2017 гг. В эти два года мировое сообщество пристально следило за предвыборными кампаниями двух главных кандидатов – Дональда Трампа и Хиллари Клинтон. Стоит отметить, что в этот период особенно тщательно разбирались публичные выступления будущего президента, который не раз обращал своё внимание на исключительность США, сильной, свободной и независимой страны: “We are **independent** and value our **independence** and would not tolerate any violation of our rights” (Дональд Трамп).

Анализ семантики 4060 прилагательных, сочетающихся с данным

словом, их классификация и выделение наиболее частотной единицы, позволило выявить, что синхронический слой концепта *Independence* представлен совокупностью трёх основных характеристик.

Во-первых, в сочетании с прилагательным *American*, обозначающим принадлежность к стране (421 случай употребления), смысловое наполнение концепта *Independence* приближается к значению суверенности, но используется в контекстах, превозносящих главный национальный праздник Соединённых Штатов – День независимости, а также выдающихся деятелей эпохи принятия Декларации независимости США. Например, часто упоминается Томас Джефферсон, как “Author of the Declaration of **American Independence**, Of the Statute of Virginia for Religious Freedom, and Father of the University of Virginia”, а также Джон Адамс, так как “he was considered most responsible for **American independence**”.

Во-вторых, словосочетания Adj. + *independence*, где прилагательное тематически связано со сферами жизни (преимущественно экономической и политической, так как словосочетания атрибутивно-именного типа с прилагательными *economic* и *political* часто образовывали фразы с соединительной связью (показатель частности составляет 278)), соотносятся с идеей государственной независимости США, привнося новые оттенки значения в признак, формирующий диахронический слой концепта. Многие американцы уверены, что “**political independence is meaningless without economic independence as well as economic independence is useless without political independence**”.

При этом семантически близкое к прилагательному *economic* прилагательное *financial* раскрывает иной аспект независимости по-американски. Стоит отметить, что показатель частотности употребления словосочетания *financial independence* – 314, в то время как показатель *economic independence* чуть ниже и составляет 258, что доказывает, что оба аспекта имеют относительно одинаковую значимость в обществе. Словосочетание *financial independence* связано с представлениями американцев о финансово свободном человеке, который самостоятельно обеспечивает себе комфортную жизнь. Об этом свидетельствуют многочисленные притяжательные местоимения, предшествующие изучаемому словосочетанию (his way to **financial independence**, my **financial independence**, **financial independence** of your child и т.д.), и определённо-личные предложения. Семантика сочетающихся с данным выражением глаголов (gain, achieve, seek, win, obtain, pursue, focus) позволяет говорить о его положительной коннотации в сознании американцев, которые стремятся быть финансово самостоятельными и независимыми и ценят подобные стремления в других людях. Тем не менее, в отдельных контекстах атрибутивные прилагательные *economic* и *financial* становятся полными синонимами. Например, в статьях, поднимающих тему женской независимости (*female independence*), выражения *financial independence* и *economic independence* взаимозаменяе-

мые и не привносят какого-либо дополнительного коннотативного значения. Эмоциональная окраска, как и общая структура предложения, “women have gained their **female economic independence**” полностью совпадает с эмоциональной окраской в предложении “women found ways to gain their **female financial independence**”.

В-третьих, прилагательные, принадлежащие к дискурсу о СМИ (543 примера), доминантой которых является прилагательное *editorial* (289 словоупотреблений), конкретизирует национальное представление об идеале демократического общества. Редакционная независимость — это свобода сотрудников СМИ принимать решение, независимо от мнения контролирующих/надзирающих органов либо мнения владельца СМИ [8, p. 22]. Таким образом, редакционная независимость (*editorial independence*) является залогом объективности, непредвзятости, и правдивости подаваемой СМИ информации. В информационных источниках, примеры из которых представлены в корпусах, она активно упоминается в положительном контексте, призывающем обеспечивать защиту и поддерживать редакционную независимость СМИ, называя такую политику “duty and the sole purpose”. Это подтверждается семантикой глаголов (protect, retain, maintain, promote, secure), встречающихся в большинстве примеров с данным словосочетанием. Отмечается, что многие информационные источники высоко ценят свою независимость и готовы противостоять государству в борьбе за свою свободу. Например, американская телевизионная сеть Fox была готова продать часть акций “to protect **its editorial independence**”. Следовательно, редакционная независимость дополняет американское представление об идеале общества, очевидно демократического строя, которое в значительной степени опирается на ценности свободы, самореализации и доступности информации.

Функциональные возможности СОСА позволяют не только отобрать сочетающиеся с исследуемым понятием прилагательные, но также осуществить поиск тематически связанных с ним существительных для более детального рассмотрения изучаемого слова. Результатом поиска существительных, связанных со словом *Independence*, в корпусе современного американского варианта английского языка стали более 100 000 токенов, что свидетельствует о значимом положении данного концепта в сознании американцев. Слова, вступающие в синонимические отношения с понятием *Independence*, условно можно разделить на три большие группы: 1) *свобода* (freedom, liberty), 2) *суверенность* (sovereignty, autonomy), 3) *индивидуализм* (individualism, self-determination, self-reliance, self-sufficiency).

Понятие *Freedom* в значении личной свободы и независимости каждого индивидуума возглавляет список синонимичных слов с изучаемой лексической единицей, имея более 85 тысяч словоупотреблений в корпусе. Оно прочно связано с понятием *Sovereignty* (48 984 употреблений в корпусе), так как такая личная свобода и независимость граждан возможна лишь

в независимом государстве. Концепт *Independence*, как и концепты *Freedom* и *Sovereignty*, соотносится с другим доминантным концептом американского национального характера – *Individualism*, так как основной мечтой, к которой стремится американская нация, является “individual independence and self-reliance and national sovereignty”. Индивидуализм вступает с синонимические отношения с исследуемым понятием в 44 524 примерах. Американцы свято “believe in individualism in most areas of life”. Американский индивидуализм складывается из личной независимости от общества, свободы действий, стремления к самодостаточности, целеустремлённости, трудолюбия и уверенности в своих силах [7, p. 29]. Все вышеперечисленные идеи отражены в концепте *Independence*. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что концепт *Independence* включает в себя и прочно связан с особенно важными категориями для американского народа, которые определяют его национальный характер.

Таким образом, с помощью метода корпусного анализа нами был рассмотрен лингвокультурный концепт *Independence*, который является одним из основополагающих концептов американской языковой картины мира. Был проанализирован показатель частоты употребления данного концепта в восьми жанрах, где жанр научной литературы является доминирующим по частоте обращения к данному концепту, и шести временных отрезках, где пик использования концепта как компонента американской языковой картины мира пришёлся на 2017 год в связи с прошедшими президентскими выборами в стране.

Кроме этого, были отобраны и классифицированы прилагательные, характеризующие лингвокультурный концепт *Independence*. Так, было установлено, что синхронический слой концепта обладает совокупностью трёх признаков: *территориальная суверенность, личная и общественная независимость*. Данные признаки тесно связаны с основными синонимами изучаемого концепта, а именно *Freedom, Sovereignty* и *Individualism*, репрезентирующими особенности национального характера американцев.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воркачев С.Г. «Пошлость» по данным корпусной лингвистики // ART LOGOS, № 1. СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2017. С. 163–174.
2. Кожевников А.О. Семантический базис концепта «свобода» в английском языке // Проблемы языкового образования в вузах: теория и практика. Новосибирск: СГУПС, 2019. С. 158–167.
3. Шишигина О.Ю. Репрезентация концепта «man» атрибутивными прилагательными в современном американском варианте английского языка // Вестник челябинского государственного университета, 2012, № 2 (257). С. 143–151.
4. Answering Difficult Questions about American Values. U.S. Department of State. Official site. URL:

<https://www.state.gov/courses/answeringdifficultquestions/assets/m/resources/DifficultQuestions-AmericanValues.pdf> (дата обращения 17.10.2021).

5. Corpus of Contemporary American English. URL: <https://www.english-corpora.org/coca> (дата обращения 17.10.2021).

6. Corpus of Historical American English. URL: <https://www.english-corpora.org/coha> (дата обращения 17.10.2021).

7. *Datesman M.K., Crandall J., Kearny E.N.* American Ways: An Introduction to American Culture. 3rd edition. Pearson Education ESL, 2005. 296 p.

8. *Smith E.R.* Editorial independence. *The Canadian Journal of Cardiology*, 2006, 22(5):433-434.

УДК 339.137.27

**НЕНОРМАТИВНЕЕ ЗНАЧИТ МОДНЕЕ?
(К ВОПРОСУ О ГРАНИЦАХ ДОЗВОЛЕННОСТИ И ВОЗМОЖНЫХ
САНКЦИЯХ К МОДНЫМ БРЕНДАМ)**

Лунев Н.О.

Уфимский государственный авиационный технический университет
Уфа, Россия

Научный руководитель: д. филол. н., проф. Салихова Э.А.

*Статья посвящена проблеме соотношения дозволенного и юридически санкционированного, эстетического и псевдоэстетического в рекламе. Автор разбирает причины разразившегося скандала вокруг выпущенной уфимским брендом *DamDat* футболки, имеющей бранную надпись сексуального характера. Делается вывод: юридической защитой брендов инвективного характера служит отсутствие регулирования иноязычных надписей на одежде законом о рекламе, при том, что комментарии Роскомнадзора относительно нецензурных лексических единиц касаются только русских бранных слов.*

Ключевые слова: бренд, популяризация культуры, реклама одежды, уфимский колорит, лингвистическая экспертиза.

**MORE ABNORMATIVE MEANS MORE FASHIONABLE?
(ON THE LIMITS OF PERMISSIBILITY AND POSSIBLE SANCTIONS
AGAINST FASHION BRANDS)**

Lunev N.O.

Ufa State Aviation Technical University Ufa, Russia

Scientific supervisor: Salikhova E.A.

The article focuses on the relationship between what is permitted and legally sanctioned, aesthetic and pseudo-aesthetic. The study reveals the reasons the scandal around the T-shirt by the Ufa brand DamDam with an abusive inscription of a sexual nature. The study of the issue shows that the legal protection of invective brands is that the inscriptions on T-shirts cannot fall under the law on advertising, and the explanations of Roskomnadzor on obscene language relate only to Russian swear words.

Key words: brand, culture popularization, clothing advertising, Ufa flavor, linguistic expertise.

Поводом обращения к данной теме стал недавно разразившийся в Уфе скандал вокруг выпущенной брендом DamDam футболки. Интернет-борцы за мораль и нравственность, а также родители нескольких столичных школ пожаловались детскому омбудсмену в Башкирии М. Скоробогатовой на уфимский бренд одежды DamDam. Их оскорбила надпись на футболке «Cutac bash», в которой, на взгляд потребителей, усматривается матерное выражение сексуального характера. В рекламе этого товара, по утверждению возмущенных, участвовали и дети. Это стало причиной начала проверки факта обращения прокуратурой Ленинского района Уфы.

Представители DamDam утверждают, что выражение на футболке включает элементы сербского и английского языков. По их воспоминаниям, поводом для надписи послужило посещение ими черногорского кафе «Кутак», что в переводе с сербского языка означает «уголок» (ср. однокоренные в славянских языках слова: укр. – *кутачок*, русск. – *закуток*, хорватск. – *kutak*, чешск. – *koutek*). Ассоциативный ряд *кутак*, *закуток*, *свой уголок* подвел создателей к образу Башкортостана на карте мира. Авторы надписи ссылаются также на имеющиеся в английском языке слова «cute» (милый) и «wash» («тусовка, вечеринка»). По их мнению, «Cutac bash» – всего лишь «милый уголок», созывающий объединенных определенной идеей земляков: «... Мы нескончаемо рады тому, что создали бренд, способный сплотить уфимцев и гостей города со всех регионов России и Мира!», – делятся своими рассуждениями в интервью местным СМИ создатели бренда ([6]).

Авторов популярного уфимского бренда – андеграундной одежды DamDam – 34-летнего Дамира Шафиева и директора по развитию 36-летнего Владлена Окунева знают не только уличные модники башкирской столицы. В настоящее время ее носит творческая элита, спортсмены, политики и бизнесмены как в Башкирии, так и за ее пределами. В одежде этого бренда были замечены медийные личности Уфы и не только: хоккеисты клуба «Салават Юлаев», спортсмен и депутат Джефф Монсон, спортсмен и депутат Николай Валуев, почетный гражданин Мишкинского района Динар Гильмутдинов, рэпер FACE, хореограф Мигель, популярный исполнитель Элвин Грей, экс-мэр Уфы сенатор и от Республики Башкортостан

Ирек Ялалов, комики Тимур Батрутдинов и Гарик Харламов и другие.

С юридической точки зрения, скорее всего, по инициативе одной из сторон процесса будет назначена лингвистическая экспертиза, согласно которой должно быть дано обоснование семантики этого выражения, имеет ли оно оскорбительный характер. Некоторые юристы уверены в том, что надписи на одежде (футболках, пиджаках, рубашках, брюках и т.п.) не регулируются законом о рекламе, а комментарии Роскомнадзора относительно нецензурных лексических единиц касаются только русских бранных слов [6].

Законно ли рекламировать и продавать такую продукцию? Специалист юридической службы «Единый центр защиты» В. Колосова принципиально разграничивает понятия «нецензурная брань» и «ненормативная лексика». Объясняет она такое разделение тем, что рассматриваемые явления находятся в соподчинении как «общее» и «частное». Первое включает в себя не только мат (нецензурные слова), но и неприличные, грубопросторечные слова и выражения. Ссылаясь на собственный опыт работы, В. Колосова дополняет, что суды и Роскомнадзор придерживаются мнения о том, что, если подобные языковые единицы вызывают в сознании людей стойкую ассоциацию с тем или иным нецензурным или бранным словом, то они относятся к ненормативной лексике: «Контекст существенно влияет на смысл текста и его восприятие и, в конечном итоге, на юридическую ответственность» [5]. Комментарии Роскомнадзора по поводу использования ненормативных единиц в современном медиапространстве опираются на требования ФЗ-№ 53 от 1 июня 2005 г. «О государственном языке Российской Федерации». Разъяснения Роскомнадзора коррелируют с содержанием пп. 9 ч. 1 ст. 3 указанного закона. Запрещено использовать не соответствующую нормам русского языка лексику. К исключениям относятся случаи, когда подобного рода единицы отображают *художественный замысел авторов рекламы* [8].

Как мы полагаем, у тюркоязычных потребителей, а также у многих русскоязычных жителей Башкирии выражение «Cutac bash» ассоциируется не с приводимыми в качестве аргументов представителями бренда переводами с сербского или с английского языков и не с художественным замыслом авторов, а устойчивым регионализмом, имеющим обшцентное значение («головка полового члена»), зафиксированное в Викисловаре и в просторечном лексиконе среднестатистического жителя республики. У 96% опрошенных нами 112 студентов 1-го и 3-го курсов УГАТУ, а также магистрантов второго года обучения вуза данное выражение вызывает нецензурную коннотацию. Подкрепляется это и тем, что выражение написано на логотипе детской конфеты на палочке «Чупа Чупс», первый элемент названия которого происходит от испанского глагола «сосать». Таким образом ассоциация с непристойным выражением усилена стилизацией под конфету на палочке, которую обычно облизывают дети. 4% опрошенных

признались, что такие надписи «выглядят прикольно», «все на таком языке теперь разговаривают», «показывают деградацию общества».

Верховный суд РФ, ссылаясь на авторитетные доводы филологов, обращает внимание на то, что границы между общеупотребительными словами и ненормативной лексикой лежат в различных ситуативных социальных контекстах: «...то, что допустимо в предельно узких коммуникативных средах, в экстремальных ситуациях, воспринимается как недопустимое в устоявшихся условиях публичной сферы» [3].

Если применить более конкретные критерии определения нецензурной брани Роскомнадзором в отношении рассматриваемого выражения «Cutac bash», то, по нашему убеждению, создатели DamDam злоупотребляют ненормативной лексикой и популяризируют заниженные культурные стандарты, что позволяет квалифицировать его как социально безответственное и социально вредное, лишенное той межкультурной нагрузки, о которой в различных интервью утверждают авторы надписи.

Является ли «Cutac bash» замаскированным выражением инвективного характера – решать специалистам-лингвистам и психологам. Прецеденты в юридической практике имеются. Так, была оштрафована компания, разместившая на рекламном баннере выражение «Полный песец», причем речь в контексте восприятия шла явно не о полярном животном. Намек в русском языковом сознании вполне прозрачен, рекламный слоган является эвфемизмом от нецензурного выражения. Сокращение или выделение в словах непристойных частей неприемлемо.

Роскомнадзор, ФАС и суды интерпретируют норму закона «О рекламе» достаточно широко. При условии представления в сети интернет или в торговом зале одежды, содержащей ни коим образом не завуалированную (т.е. не закрашенную или не размытую, не замаскированную) нецензурную брань (мат) – это является нарушением закона. Запрет на публичную демонстрацию мата закреплен законодательно (ст. 5 Федерального закона «О рекламе» [10]).

Предприимчивые продавцы находят выход из положения. Известна ситуация, когда принт Vetements в столичном ЦУМе стал предлагаться в интернете к продаже с пометкой 18+, а также с размытыми инвективами. В описании футболки указывалось на то, что изображенное выражение на грузинском языке отражает «непримиримую позицию» бренда Демны Гвасалии. На настоящее значение и язык, на котором дано выражение, указал журналист Макс Седдон. Об этом он сообщил в Твиттере [1].

Как известно, законодательно закреплен запрет на распространение среди детей содержащей нецензурную брань информации (см. Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») [9].

Использование нецензурной лексики в общественных местах, согласно положениям КоАП РФ, квалифицируется как мелкое хулиганство.

За его совершение следует наложение штрафа в размере от 500 до 1 тыс. рублей или арест сроком до 15 суток [2; 4]. Иллюстрацией действия данного закона стало наложение в 2018 г. управлением Федеральной антимонопольной службой по Смоленской области штрафа в 100 тыс. рублей на ресторан быстрого питания «Бургер Кинг» за рекламу бургера с яйцом на иностранном языке [11]. Один из посетителей «Бургер Кинга» обратился в надзорный орган с тем, что на одной из реклам заведений в Смоленске была размещена надпись «Huevo Grande». При прочтении в латинской транскрипции он посчитал ее нецензурной, потому и оскорбительной для читателя и потребителя продуктов ресторана.

Экологизация коммуникативного пространства, проблема чистоты языка актуальна не только в отношении рекламы различной продукции, материалов СМИ, но и в соответствии с ч.6 ст.1 ФЗ-№ 53 от 1 июня 2005 г. «О государственном языке Российской Федерации» [8] исключает применение слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка.

В настоящее время важным становится корректное правоприменение законодательных норм с учетом привнесенных в них поправок [7], которое позволит достичь баланса интересов между нормами нравственности и свободой слова с одной стороны, самостоятельностью СМИ и художественностью рекламы – с другой. Полагаем, что этому могут способствовать созданные общественные советы, в сферу интересов и юридических полномочий которых входило бы содействие по защите морали и нравственности в СМИ. Для этого необходим постоянный мониторинг материалов медиaproстранства и его обнародование, проведение социологических исследований в указанной области, выявление конфликтогенных единиц в коммуникативных зонах медиадискурса и т.д.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Аулих С.* Harrods снял с продажи худи Vetements с нецензурным выражением на русском языке. 11.03.2019. URL: <https://www.buro247.ru/news/fashion/11-mar-2019-harrods-drops-off-vetements-hoodie.html> (дата обращения 29.09.21).

2. *В Госдуме* призвали наказывать за футболки с нецензурными надписями/ Известия. 29.07.2019. URL: <https://iz.ru/904086/2019-07-29/v-gosdume-prizvali-nakazyvat-za-futbolki-s-netcenzurnymi-nadpisiami> (дата обращения 10.10.21).

3. *Горовцова М.* Нецензурная лексика в СМИ и рекламе: теория и практика. 14.11.2013. URL: <https://www.garant.ru/article/504046/> (дата обращения 10.10.21).

4. *Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях* (ред. от 01.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2021). URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения 30.09.21).

5. Колосова В. Нецензурный мерч: законно ли это?/ Merchnews. 25.12.2019. URL: <https://merchnews.ru/business/analytics/netsenzurnyj-merch-zakonno-li-eto-kommentarij-yurista-6566/> (дата обращения 10.10.21).

6. «Милый уголок» или матерщина. 10.09.21. URL: <https://sntat.ru/news/milyi-ugolok-ili-matershhina-na-ufimskii-brend-odezdy-napisali-donos-za-futbolku-s-nadpisyu-cutac-bash-5832700> (дата обращения 29.09.21).

7. «О внесении изменений в статью 4 Закона Российской Федерации “О средствах массовой информации” и статью 13.21 “Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях”». Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 34-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144614/ (дата обращения 30.09.21).

8. «О государственном языке Российской Федерации». Федеральный закон от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/ (дата обращения 30.09.21).

9. «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Закон РФ от 29.12.2010 N 436. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108808/ (дата обращения 30.09.21).

10. «О рекламе». Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 02.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.08.2021). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения 30.09.21).

11. Смоленское УФАС оштрафовало Burger King за провокационную рекламу/ Известия. 12.12.2018. URL: <https://iz.ru/823028/2018-12-12/smolenskoe-ufas-oshtrafovalo-burger-king-za-provokatcionnuu-reklamu> (дата обращения 29.09.21).

УДК 316.77: 811

ФОССИЛИЗАЦИЯ В РЕЧЕВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОММУНИКАЦИЯМ

Меляхматова К.Р.

Казанский государственный энергетический университет
Казань, Россия

Научный руководитель: ст. преподаватель Вавилова Ж.Е.

Статья посвящена актуальной проблеме фоссилизации при изучении иностранного языка будущими специалистами по связям с общественностью. Будучи промежуточным результатом в овладении языком, не со-

ответствующим компетенции его носителей, фоссилзация становится серьезным препятствием на пути к профессиональному росту PR-специалиста, что требует дальнейших исследований для устранения причин неудач в овладении языком.

Ключевые слова: фоссилзация, профессиональная коммуникация, связи с общественностью, коммуникативная компетенция, диалог.

FOSSILIZATION IN SPEECH COMPETENCE OF A COMMUNICATIONS SPECIALIST

Melyakhmatova K.R.

Kazan State Power Engineering University

Scientific supervisor: Vavilova Zh.E.

The article is devoted to the topical problem of fossilization in learning foreign languages by future specialists in public relations. As an intermediate result that does not correspond to the competence of language speakers, fossilization becomes a serious obstacle to professional growth of a PR specialist, which requires further research to eliminate the causes of failure in language acquisition.

Key words: fossilization, professional communication, public relations, communicative competence, dialogue.

Владение иностранным языком является одной из важнейших компетенций специалиста по коммуникациям. Во-первых, это обусловлено необходимостью быть всегда в курсе повестки дня: любое событие в мире может стать резонансным и послужить информационным поводом в PR-деятельности. Чтобы вовремя отслеживать эти события, необходимо проводить мониторинг не только русскоязычных СМИ и информационных агентств, но и мировых.

Во-вторых, профессиональный рост специалиста по связям с общественностью зависит от того, насколько хорошо он знаком с профессиональной литературой и источниками теоретической и практической информации по PR, а также от того, как часто он обращается к блогам ведущих экспертов по коммуникациям, к специализированным отраслевым публикациям и новейшим изданиям в области связей с общественностью [2]. Поскольку сфера PR исторически американоцентрична, передовые технологии в этой отрасли транслируются в кейсах на английском языке: можно годами ждать перевода наиболее интересных кейсов на русский язык.

Очевидно, что освоение английского языка необходимо для развития как начинающих, так и опытных специалистов в сфере коммуникации, особенно если речь идет о таких секторах, как международный PR или GR.

Более того – с выходом на международную арену, в сферу глобальной общности, PR-специалисту необходимо знание английского языка не ниже уровня Advanced, когда требуется задействовать не только рецептивные, но и активные аспекты речи – письмо и говорение. Написание документов по связям с общественностью, таких как пресс-релизы или бэкграундеры, а также спичрайтинг, произнесение речей и участие в пресс-конференциях – это рутинные задачи в коммуникационной деятельности организаций и государственных органов. Соответствие результатов этой работы международным стандартам – важное условие формирования положительного имиджа страны в межкультурной коммуникации, практически не осуществимое без владения иностранным языком [1].

Одним из барьеров к профессиональному росту PR-специалиста в связи с совершенствованием его речевой компетенции можно считать фоссиллизацию. Это явление было впервые определено американским лингвистом Л. Селингером в 1972 году как остановка в развитии языковой и речевой компетенции. Это достижение промежуточного результата в овладении иностранным языком, не соответствующего компетенции носителя языка [5]. Иначе говоря, это недостаточное овладение языком, несмотря на такие факторы, как практика речи или доступ к дальнейшему обучению. Фоссиллизация варьируется между учащимися – даже теми, кто имеет схожие или идентичные учебные обстоятельства; она также варьируется в отношении одного учащегося – его может отличать полное мастерство в одних аспектах, но недостаточное в других (например, близкая к британскому нормативному произношению фонетика, но устойчивые проблемы с грамматикой).

Сегодня фоссиллизация при овладении иностранным языком широко признана лингвистами как явление реально существующее и универсальное. В последнее десятилетие были предложены концептуальные рамки для понимания сущности фоссиллизации, подкрепленные рядом эмпирических и аналитических исследований, которые помогают закрыть лакуны в ее изучении [3]. Например, недавно был введен термин «прагматическая фоссиллизация» для определения неспособности учащегося использовать дискурсивные маркеры, которые не несут большой семантической нагрузки, но помогают поддерживать течение разговора [6].

Однако до сих пор не существует единообразия в определении и интерпретации фоссиллизации, поскольку некоторые исследователи связывают ее с проблемой медленного усвоения материала, другие – с повторяющимися ошибками в речи; для кого-то причиной фоссиллизации видится недостаточная мотивация к использованию иноязычной речи, для других – отсутствие естественной языковой среды [3]. По нашему мнению, один из аспектов, способствующих фоссиллизации, – отсутствие обратной связи на этапе отработки навыка на занятиях по иностранному языку [7].

Обратная связь как элемент речевого акта особенно важна, поскольку

ку это не просто показатель прагматического успеха, а решающий фактор, оказывающий влияние на овладение языком. Сегодня, когда компетентный подход заменяет когнитивную парадигму, это часто недооценивается: как преподаватели, так и учащиеся склонны игнорировать фоссилизацию, если она не препятствует достижению целей говорящего в коммуникативной ситуации. В терминах теории речевых актов можно проследить механизм фоссилизации при переходе от внутреннего пространства индивидуального сознания и намерения (иллокуции) к внешнему пространству мыслевыражения. Если локутивное искажение речи не влияет на намерение говорящего, он часто не получает обратной связи о сделанной ошибке. Удовлетворение потребности здесь становится критерием успешности речи, что связано с адекватной реакцией получателя, а не с достижением грамматической или фонологической правильности высказывания.

По словам Д. Хаймса, компетенцию составляют не только знания, но и способность эффективно их использовать [4]. С этой точки зрения, мы не можем рассматривать фоссилизацию только как нехватку знаний и, следовательно, как причину коммуникативных неудач, по крайней мере, на межличностном уровне. Фактически, учащиеся с фоссилизацией могут быть в состоянии успешно общаться для достижения своих непосредственных целей, но при этом их речь будет далека от нормативной.

Очевидно, что для большей ясности в понимании проблемы фоссилизации и для обнаружения методов ее преодоления необходимы дальнейшие поиски причин ее появления. Это поможет правильно организовать обратную связь на занятиях иностранным языком, чтобы преодолеть возможные задержки в формировании речевой компетенции и, тем самым, способствовать профессиональному и карьерному росту специалиста по коммуникациям, поскольку хорошие навыки устной и письменной речи приводят к лучшей аргументации и обеспечивают коммуниканту более значительную роль в диалоге, чем просто способность быть понятым.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вавилова Ж. Е.* Международные коммуникации: перспективы развития в условиях виртуализации глобальной общественной сферы // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. – 2016. – № 2. – С. 19-26.
2. *Вавилова Ж. Е.* Расширяя горизонты // Казанская школа связей с общественностью. Сборник статей. – Казань: Казанский государственный технический университет им. А. Н. Туполева, 2009. – С. 44-48.
3. *Han Z-H.* From Julie to Wes to Alberto: Revisiting the construct of fossilization. *Interlanguage: Forty Years Later.* Amsterdam: John Benjamins, 2014. Pp. 47-74.
4. *Hymes D.* On Communicative Competence. *Sociolinguistics: Selected Readings.* Harmondsworth: Penguin, 1972. Pp. 269–293.
5. *Selinker L.* Interlanguage. *International Review of Applied Linguistics in*

Language Teaching. 1972, Vol. 10(2). Pp. 209-232.

6. *Trillo J.R.* Discourse markers. Concise Encyclopedia of Pragmatics. Elsevier, 2009. Pp. 191-194.

7. *Vavilova Zh.E., Broadbent J.T.* Fossilization, Communicative Rationality and Communication Strategies in Second Language Learning. RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. – 2019. – № 10 (2). – Pp. 522-531.

УДК 811.111'42

МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПОЛИТИКИ ЕВРОСОЮЗА И ЕГО ПАРТНЕРОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ

Микрюков Я.А., Громаковский А.Р., Мамонова Е.Ю.

Пермский национальный исследовательский политехнический
университет
Пермь, Россия

Статья посвящена изучению метафорических моделей представления политики Евросоюза и его партнёров в англоязычной прессе на примере новостных статей авторитетных источников СМИ. В качестве примеров представлен перечень терминов из разных областей, которые обильно используются в политическом дискурсе, а также приведены ситуации использования в контексте различных политических метафорических терминов.

Ключевые слова: дискурс, политический дискурс, метафора, пресса, Евросоюз, международная и межкультурная коммуникация.

METAPHORICAL MODELS OF POLICY REPRESENTATION OF THE EUROPEAN UNION AND ITS PARTNERS IN THE ENGLISH PRESS

Mikrukov Y.A., Gromakovskiy A.R., Mamonova E.Y.

Perm National Research Polytechnic University

The article is devoted to the study of metaphorical models of the idea of the policy of the European Union and its partners in the English-language press on the example of news articles from authoritative media sources. As examples, a number of terms from various fields are presented that are abundantly used in political discourse, as well as situations of use in the context of various political metaphorical terms.

Key words: discourse, political discourse, metaphor, press, European Union.

Объект исследования составляет представления политики Евросоюза и его партнёров в англоязычной прессе. Предмет исследования – функционирование метафорических моделей в современной англоязычной прессе.

Целью является изучение функционирования метафорических моделей представления Евросоюза в современной англоязычной прессе.

Задачей является изучение теории когнитивной метафоры; принципов формирования метафорических моделей; ключевых понятий; дать общую характеристику англоязычной прессы; проанализировать метафорические модели и функции.

Актуальность обусловлена тем, что международная и межкультурная коммуникация всецело проникают во многие сферы человеческой жизни. Среди наиболее важных областей можно назвать область политического дискурса. На сегодняшний день имеется малое количество работ, посвященное коммуникативному и языковому аспектам в изучаемой области. В связи с этим, безусловно, важным представляется проследить и сопоставить процессы в английском и русском политическом дискурсе в лексико-семантическом аспекте. Имеет место недостаточная изученность особенностей употребления метафоры в политическом дискурсе, а также механизма образования в процессе речевой деятельности человека

Присутствует значительное изменение политического дискурса, обусловленное целым рядом лингвистических факторов – зачастую язык современного политического дискурса может быть непонятен для носителей другого языка, поэтому его особенности нуждаются в фиксации, детальном изучении и последующем осмыслении.

Политический дискурс разных культур последних десятилетий XX века сильно метафоризирован. Каждая метафора формирует модель восприятия политической действительности, в которой отражаются представления о роли и месте действующего субъекта [1, с. 184-193].

Я.Е. Эльсберг говорит о значительной роли метафоры в политическом дискурсе, отмечая, что ее присутствие оживляет официальный текст, «позволяет увидеть ярко, картинно представить себе определенное явление жизни, помогает лучше понять, определить, оценить его» [4].

Политической принято считать любую метафору, присутствующую в политическом дискурсе. Это значит, что метафора может быть определена как политическая только при наличии соответствующего контекста. В основе политической метафоры лежит стандартный механизм образования (предикат, источник метафоры – субъект, цель метафоры). Роль субъекта в данном случае играет человек (предмет, событие, явление), относящийся к области политики. Функцию предиката (т.е. источника метафоры) может выполнять практически любая семантическая сфера современного языка.

Метафора может изучаться с разных позиций: с одной стороны, она создает новые понятия и образы, с другой – порождает новые неожиданные оттенки значения и выступает в качестве механизма развития семантической структуры слова [1, с. 22].

При исследовании процессов метафоризации важно учитывать основную дихотомию (разделение): метафора в мире и метафора в языке.

Метафора рассматривается в двух аспектах: способ создания языковой картины мира (ЯКМ); средство вторичной номинации.

Метафора также может рассматриваться, как механизм, который приводит во взаимодействие и познавательные процессы, и эмпирический опыт, и культурное достояние народа, и его языковую компетенцию. Этот механизм позволяет создать языковую модель, воспринимаемую за счёт вербально-образных ассоциаций составляющих ее слов и выражений.

Большую роль в процессе метафоризации играют психологические моменты, в том числе стереотипы, поскольку в любом языке существуют определенные метафорические шаблоны или стандарты.

Метафора родственна сравнению и даже обязана ему своим происхождением, но не является при этом тождественной.

Дж. Лакофф утверждает: «Наша понятийная система, при помощи которой мы не только думаем, но и действуем, является, в основном, метафоричной по своей природе. Понятия, которые управляют сознанием, - это не только продукты интеллекта. Они также управляют нашими повседневными действиями, включая самые незначительные детали. Понятия выстраивают то, что мы воспринимаем из окружающего нас мира, как мы в нем ориентируемся, и регулируют наши отношения с другими людьми. Концептуальная система, таким образом, играет центральную роль в нашем жизненном опыте. Если предположить, что система понятий в основе метафорична, тогда действительность, в которой мы существуем, находит свое выражение в метафоре» [3]. Из этого следует, что подавляющее большинство метафор стереотипны.

Д.Н. Шмелев обращает внимание на метафорические переносы, отмечая, что «наиболее интенсивно затрагивают те группы лексики, которые связаны насущными в данный период явлениями», например, активизация военной лексики в переносном употреблении: *техническое перевооружение; фронт строительных работ; мобилизовать резервы; на позициях борьбы за мир; энерговооруженность; рабочая гвардия; заводские ветераны; торпедировать переговоры* и т.п.» [5].

В сферу данной метафорической модели попадает практически всё: субъекты, действующие в обществе (государство, народ, партия), ценности и идеалы общественного сознания (социализм, капитализм, союзный договор), объекты и цели политической деятельности (выборы, переговоры, рынок), способы и средства общественных сил (политика, забастовки, управление, СМИ).

Военная метафорическая модель является наиболее яркой чертой политических текстов, причем активизация подобных образов чаще всего происходит в наиболее сложные моменты.

Активное метафорическое употребление военной лексики встречается чаще всего в речи, раскрывающей социально-политические, экономические вопросы. Важно учитывать, что военные метафоры конструируют политику как конфликт между партиями.

Совершенно справедливо отмечается в лингвистической литературе, что язык является зеркалом окружающего мира, который отражает действительность и создает свою картину мира, специфичную и уникальную для каждого языка и, соответственно, народа, этнической группы, речевого коллектива, пользующегося данным языком как средством общения.

За период исследования политических источников было проанализировано более 100 статей, из которых из них метафорическое представление политики Евросоюза и его партнёров нам встретилось в 18. Все статьи, так или иначе, затрагивают проблемы политического дискурса, относящиеся контекстуально к Евросоюзу.

В качестве политических источников послужили крупные мировые издания СМИ, имеющие и широкую известность, и положительную репутацию на мировой арене:

- BBC News – отдел крупнейшей в мире вещательной новостной организации (Англия).

- Bloomberg – новостное агентство в сфере финансовой информации для профессиональных участников финансовых рынков (США).

- The New York Times – американское новостное агентство, издающееся в Нью-Йорке с 18 сентября 1851 года (США).

- The German Times – немецкое новостное агентство (Германия).

- The Times – одна из самых известных мировых газет. Выходит в печать с 1785 года (Англия).

- Financial Times – новостное агентство, специализирующееся на публикации и анализе новостей из мира финансов и бизнеса (Англия).

В результате исследования удалось выделить две основные темы – театр и война. Также удалось выявить определенные подтемы из каждой темы – трагедия, клоун, руль, коллапс, арена; атака, взрыв, поле боя, соперник, борьба, удар.

Терминологии типа «Борьба» относятся к военной метафоре и описывают противостояние различных сторон в политическом дискурсе, их активное противодействие по отношению друг к другу.

Проанализируем статью: “Election Puts Europe on the Front Line of the Battle With Populism” [The New York Times, 2019]. «Выборы ставят Европу на передовую линию борьбы с популизмом» (здесь и далее перевод – Я. Микрюков). Основным вопросом рассматривается противостояние некоторых политических партий в определенном промежутке времени. Само по-

нятие борьбы упоминается не один раз, как в названии, так и в самой статье:

1) *If little else was clear from the fractured returns in Europe, the elections showed that battle lines between populists and the political establishment are still forming in a crucial – and complicated – political arena.* (Если мало что еще было ясно из раздробленных возвращений в Европе, то выборы показали, что борьба между популистами и политическим истеблишментом все еще формируется на решающей – и сложной – политической арене).

2) *But if Europe has been an incubator for resurgent nationalism in recent years, it now also feels like an active battleground.* (Но если в последние годы Европа была инкубатором возрождающегося национализма, то сейчас она также ощущается как активное поле битвы).

Таким образом, борьбой подразумевается дискуссия представителей разных взглядов, чьи мнения не совпадают.

Также проанализируем статью: “*What Changed in a Week of Brexit Talks? Everything and Nothing*” [Bloomberg, 2020] – «Что изменилось за неделю переговоров в Брекзите? Всё и ничего» – именно так трактуется статья, описывающая результаты сделки британского и европейского правительства. Уход Бориса Джонсона сравнивается здесь с политическим театром, т.е. подчёркивается, что это намеренный политический шаг, который должен вызвать запланированное влияние на европейское правительство: *Even though Johnson’s walkout threat was largely described by the EU as political theater, it has helped both sides focus.* (Несмотря на то, что угроза ухода Джонсона была в значительной степени описана ЕС как политический театр, она помогла обеим сторонам сосредоточиться). Во всяком случае, как упоминается в статье, это «помогло обеим сторонам сосредоточиться».

Термин «атака», относящийся к военной метафорической модели, подчеркивает стремительное наступление на оппонента с целью вывести его из «строга».

Тема: “*Navalny Novichok poisoning: EU sanctions hit top Russians*” [BBC, 2020]. (Навальный отравился Новичком: санкции Евросоюза ударили по высокопоставленным россиянам). Основным вопросом рассматривается отравление оппозиционного российского политика – Алексея Навального. Здесь раскрываются основные мотивы, комментарии политических деятелей Евросоюза и России. Понятие атаки употребляется в названии и в самой статье: *Mr Navalny is recovering in Berlin. He has blamed President Vladimir Putin for the nerve agent attack in August.* (Господин Навальный восстанавливается в Берлине. Он обвинил президента Владимира Путина в атаке нервнопаралитическим веществом в августе). «Ударили по высокопоставленным россиянам» рассматривается в качестве определенных финансовых или политических ограничений, санкций.

Как уже отмечалось в работе, политический дискурс последних десяти-

тилетий XX века сильно метафоризирован. Изучение политических метафор отражает степень общественного сознания, что позволяет в свою очередь не только определять положение определенных обстоятельств, но и также выявлять тенденции в изменении представлений о мире в различных культурах.

Роль метафоры в политическом дискурсе огромна: прежде всего, она привлекает внимание читателя или слушателя; насыщает текст и речь всевозможными выразительными конструкциями; является эффективным средством выражения позиции автора; является значимым инструментом манипуляции общественным сознанием.

В процессе исследования большое значение было уделено метафоре в представлении языковой картины мира. Результат исследования показал, что понимание метафорических моделей в англоязычной и русской прессе имеют тесную связь между собой. Из 18 проанализированных метафор 8 относятся к модели «Война» и 10 – к модели «Театр».

Согласно выводам, чаще всего метафорическому переосмыслению подвергаются термины из области военной, медицинской, театральной, технической, спортивной. Подобное заключение обусловлено, прежде всего, общеизвестностью и доступностью для понимания практически любому читателю или слушателю, а также наличием ярко выраженных отличительных черт, которые необходимы для образного переосмысления, и выражением состояния общественного сознания.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Воронова, Н.С.* Политическая метафора в немецком и русском языках. Дисс. ... канд. филол. н. – Москва, 2003. – 182 с.
2. *Мохова Е.К.* Военная метафора в политическом дискурсе президентов Барака Обамы и Николя Саркози // Молодой ученый. – 2010. – № 3 (14). – С. 193-196.
3. *Наумова И.А.* Особенности использования технической метафоры в российском политическом дискурсе // Вестник костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2007. – № 13 (3). – С. 129-131.
4. *Никитаева Е.С.* Метафорическая модель со сферой-источником "Война" в российском и американском политическом дискурсе // Статистика и экономика. – 2005. – Вып. 2. – С. 90-94.
5. *Цыбина Ю.Ю.* Лингвистическая сущность метафорических моделей в педагогическом дискурсе// Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2012. – № 1 (21). – С. 213-220.
6. *Election Puts Europe on the Front Line of the Battle With Populism.* – URL: <https://www.nytimes.com/2019/05/27/world/europe/europe-election-results-populism.html> (дата обращения: 14.10.2021).

7. *Navalny Novichok poisoning: EU sanctions hit top Russians* [2020]. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-54552480> (дата обращения: 14.10.2021)/

8. *What Changed in a Week of Brexit Talks? Everything and Nothing.* – URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-10-22/what-changed-in-a-week-of-brexit-talks-everything-and-nothing> (дата обращения: 14.10.2021).

УДК 320.195

СТЕРЕОТИПЫ ВОСПРИЯТИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОГО ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Никулина Е.Р.

Петрозаводский государственный университет
Петрозаводск, Россия

Научный руководитель: ст. преп. Ананьина А.В.

В статье рассматривается феномен стереотипизации в межкультурном диалоге. Эффективность диалога зависит не только от предыдущего опыта взаимодействия, реальных действий и соблюдения договоренностей, но и от представлений собеседников друг о друге. Поведение другого человека чаще всего расценивается как адекватное или неадекватное в силу собственных идеологических, политических и культурных позиций – социальных стереотипов. Особенности дипломатического дискурса сильно влияют на восприятие страны на международной арене. Российскую дипломатию в западных СМИ называют «зубастой дипломатией». Модель поведения, которую демонстрируют первые лица государства, ожидают от всех россиян.

Ключевые слова: стереотипы, межкультурная коммуникация, репрезентация, модель поведения, дипломаты, политика

PERCEPTION STEREOTYPES IN CROSS-CULTURAL COMMUNICATION ON THE EXAMPLE OF THE RUSSIAN DIPLOMATIC DISCOURSE

Nikulina E.R.

Petrozavodsk State University

Scientific supervisor: Ananyina A.V.

The article is devoted to the stereotyping phenomenon in intercultural dialogue. The efficiency of any dialogue depends not only on the previous experience of interaction, real actions and compliance with agreements, but also on the ideas of the interlocutors about each other. The behavior of another person is most often regarded as adequate or inadequate due to our own ideological, political and cultural positions, which are social stereotypes. The peculiarities of the diplomatic discourse strongly influence the perception of a country in the international arena. The Russian diplomacy is called a "toothy diplomacy" in the Western media. The model of behavior demonstrated by the top state officials is expected from all Russians.

Key words: stereotypes, cross-cultural communication, representation, behavior model, diplomatic discourse, politics.

The efficiency of the dialogue of cultures within the framework of intercultural communication directly depends on the model of behavior that the participants of the dialogue choose for themselves. Thus, the policy of states towards each other is determined not only by real actions, but also by ideas about each other. Thanks to stereotypes, every modern state has such an "information superstructure" as an external political image, which consists of a number of smaller stereotypes [6, c. 70-71]. As for the Russian diplomacy, it is quite unpredictable because Russian diplomats deliberately use emotional swings to destabilize their opponents. One minute the Russians may resort to implicit irony or explicit humor, and the next to undisguised aggression. Russian diplomacy in Western media is even called "diplomacy with a bite". This is not surprising, considering that many Russians unofficially associate their country with the symbol of a strong bear. This opinion was formed as a consequence of the behavior of Russian diplomats, since the image of the state is formed not only by the head of state, but also by the state agents. The behavior model shown by the top public officials would be expected from all Russians.

In my research, I focused on the study of diplomatic stereotypes in politics. Most of the time, when we talk about the state, we personify it with the head of this state. However, I believe that the face of the state is not only the head of the state, but also those diplomats who act as the state agents. Thus, we can say that it is the diplomats who influence how the country is perceived outside its borders.

My research questions were the following: 1) What is the stereotypical image of Russian diplomats on the international scene? and 2) How does this image affect the perception of Russian diplomats by their foreign counterparts? In order to answer these questions, I performed a brief literature review and studied some dictionaries to come up with a working definition of the stereotype concept. Then I conducted a case study to investigate meetings and analyze speeches of diplomats. Here are the results of my research.

Historically, the term "stereotype" (meaning "a hard imprint" and derived

from Greek *stereos* “solid”) was used by printing workers to denote a monolithic printing plate which carried a frequently used phrase - a cliché, to be more precise. In this way, printing workers saved time, because they did not need to type the same thing several times. [3, c. 112-114] Walter Lippman introduced this term into the sphere of socio-political discourse in 1922. Lippman was an American political scientist and sociologist. He studied the nature, forms of existence and functioning of public opinion, mechanisms of influence on it. The result of his scientific research was the book “Public Opinion”.

According to him, a stereotype is “a special form of perception of the surrounding world, which has a certain influence on the data of our feelings before this data reaches our consciousness.” [5, c. 56] In other words, a stereotype is a standardized image formed under the influence of social conditions and previous experience. The aim of stereotypes is to help people simplify the world around them. With the help of stereotypes, a person is endowed with certain traits and qualities, which can be used to predict their behavior. Therefore, stereotypes allow us to make assumptions about the causes and possible consequences of other people's actions. For this reason, stereotypes play a very important role both in communication in general and in the process of intercultural contacts [10, c. 23-27].

As for Russian diplomats, they are known for their purposefulness, straightforwardness and irony. Russian diplomacy is even referred to in the Western media as “diplomacy with bite”. [8] Russian diplomats tend to aggressively defend the honor and dignity of their country, to defend the independence of political decisions. In many ways, this is why the bear is associated with Russia as its unofficial symbol. Sociologists of the Public Opinion Foundation note that more than 65% of Russians recognize the bear as an adequate personification of Russia, since the bear is associated primarily with strength and power [2].

To illustrate this, I would like to quote a few political speeches, which clearly demonstrate the nature of Russian diplomacy. For my analysis I have chosen several examples of what tools Russian diplomats use to influence their foreign counterparts with the help of two different communication channels - the traditional and the modern ones. The traditional channel is represented by the speeches of the diplomats, while the modern channel is the official page of the Ministry of Foreign Affairs on social networks.

The first example is a speech by Sergey Lavrov, who has been the Russian Minister of Foreign Affairs since 2004, so we may assume that he sets the tone of Russian diplomatic communication. The great example of a restrained response was in 2015, when the foreign policy situation was nervous and tense. Western countries imposed sanctions, and the fiercest foreign politicians threatened 1946, when the Cold War began between the USSR and the United States, and as the British ex-Prime Minister Winston Churchill said, “the Iron Curtain has fallen on Eastern Europe.” In response to the European threats of the new

Iron Curtain possibility Sergey Lavrov stated that “we live in an era of globalization and interdependence. If they lower the Iron curtain, they may inadvertently pinch themselves.” [4] The irony that reads between the lines is a typical way of responding for Russians.

Another great example of Russian sense of humor is a text message on the answering machine on the official Facebook page of the Russian Foreign Ministry. In 2017, Russia was accused of interfering in the US election, so on April Fool’s Day the Russian diplomatic corps demonstrated the ridiculousness of the accusations in the most hilarious way. The message was the following: “You have reached the Russian Embassy. Your call is very important to us. To arrange a call from a Russian diplomat to your political opponent press 1. To use the services of Russian hackers press 2. To request election interference campaign press 3 and wait until the next election campaign.” [1] Thus, we see that depending on the situation Russian diplomats use both implicit irony and explicit humor.

However, foreign diplomats need to “keep their fingers on the pulse”, because the trick is that the Russians may resort to hidden irony, and the next second - to undisguised belligerence. As I have mentioned earlier, Russian diplomats tend to be quite assertive and even aggressive in defending the honor and dignity of their country. That is exactly what Vladimir Safronkov, Deputy Permanent Representative of Russia to the UN in New York, did at the UN Security Council meeting. Despite the fact that it was an official meeting he could not stay aside from the conversation in which British envoy Matthew Mycroft disparaged Russia. Safronkov said, “Do not you dare insult Russia ever again!” Such behavior seems unacceptable for a diplomat as a person who is always expected to stay calm. [9] Nevertheless, it proves that Russian diplomats will not allow disrespect to their country and they are not afraid to show it.

To sum up, I want to pay your attention to the fact that in the eyes of the Western community, Russia as an international actor may look ambiguous. The reason is that Russia's behavior line is quite unpredictable. Russian diplomats can be deliberately provoked with the purpose of instigating their aggression, but they may laugh it off. And vice versa: when Russian opponents go too far and cross the line, they can be reprimanded in very strong language instead of another joke. However, it would be naive to believe that Russian diplomats can not restrain themselves. - they seem to deliberately use emotional swings to destabilize their opponents.

Thus, we can say that generally Russian diplomats are known either for their straightforwardness or irony. They will definitely insist on their point of view and will not allow anyone to treat it disrespectfully. This is the behavior model which was shown by the first people of the country and it would be expected from the Russians in general. Basically, it is how stereotypes work. Nonetheless, I believe that these traits are national. The Russians tend to tell others the truth to their face, and when it is unacceptable the Russians use irony

and jokes. This might have its roots in Russian culture with its popular saying, "There is a grain of truth in every joke." It is important to remember that, because diplomacy is always about balancing on the edge without falling down.

To draw a conclusion, I want to highlight that there are no people who are completely free from stereotypes. Stereotypes affect all spheres of human life and do not bypass either science or politics. Stereotypes are part of our value system and provide a protection for our positions in society. Despite the validity or unreasonableness, truth or falseness of stereotypes, all of them are an integral element of any culture. Thus, by the very fact of their existence they have an impact on the psychology and behavior of people as well as they affect their consciousness and international contacts [8, с. 263-265].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Автоответчик* для российских дипломатических миссий // Facebook. — URL: <https://www.facebook.com/MIDRussia/videos/1008139769285464> (дата обращения 17.10.2021).

2. *Астафурова К.* Россияне раскрыли свое отношение к медведю как символу России. – URL: <https://www.rbc.ru/society/28/11/2019/5ddfaa469a7947bbf704abe6> (дата обращения 17.10.2021).

3. *Дельская Т. Ф.* Речевой стереотип как функциональная единица // Значение и смысл слова. – М., 1987. – С. 109-117.

4. *Лавров С.* Запад может себе что-нибудь прищемить, опуская железный занавес перед Россией. Новости на "России 24". // Вести. URL: <https://www.vesti.ru/video/2072686> (дата обращения 17.10.2021).

5. *Липпман У.* Общественное мнение. – М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

6. *Марецкая Н. А., Халанская Л. Г.* дипломатические и пропагандистские стереотипы как основа внешнеполитического имиджа государства / Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. – 2018. – № 2. – С. 70-80.

7. *Чеканова С.А.* Роль стереотипов в межкультурном общении/С.А. Чеканова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия Гуманитарные науки: Научно-практический журнал. Выпуск №12. - М.: Научные технологии, 2017. – С. 263-265

8. *Goncharenko R.* Sergey Lavrov – diplomacy with bite. URL: <https://www.dw.com/en/sergey-lavrov-diplomacy-with-bite/a-37165422> (дата обращения 16.05.2021).

9. Look at me when I'm speaking. – Russia to UK at UN meeting. URL: https://www.youtube.com/watch?v=RLJD6ffvk_4 (дата обращения 17.10.2021).

10. *Hiyasova S. G., Mustafaeva M. G., Mustafaev F. M.* Reflection of prejudices and stereotypes in cross-cultural communication // Научный альманах стран Причерноморья. – 2018. – № 3. – С. 23-27.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АНГЛИЙСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ СО ЗНАЧЕНИЕМ «МАШИННЫЙ ПЕРЕВОД»

Образцова В.М.
Российский новый университет
Москва, Россия

Научный руководитель: проф. Голикова Т.А.

В статье исследуется проблема функционирования английских заимствований со значением «машинный перевод» в русском языке. Автором представлен обзор традиционных вариантов перевода понятия «machine translation» с различных точек зрения. Кроме основного понятия «machine translation», даются современные толкования и переводы таким явлениям, как «light post-editing», «full post-editing», «automatic translation» и др., проводится сравнение с аналогичными русскими понятиями, а также определяется их функционирование в русском языке.

Ключевые слова: машинный перевод, автоматизированный машинный перевод, заимствования, заимствованные слова, постредактирование.

FUNCTIONING OF ENGLISH BORROWINGS WITH THE “MACHINE TRANSLATION” MEANING IN THE RUSSIAN LANGUAGE

Obraztsova V.M.
Russian New University

Scientific supervisor: Golikova T.A.

The article considers the problem of the functioning of English borrowings with the meaning of «machine translation» in Russian. The author presents several traditional translations of the concept «machine translation» from various points of view. Besides the basic concept of «machine translation», modern interpretations and translations of such notions as «light post-editing», «full post-editing», «automatic translation» etc. are given. There was made a comparison with similar Russian notions and revelation of their functioning in the Russian language.

Keywords: machine translation, automatic machine translation, borrowings, loan-words, post-editing.

В традиционном представлении под «машинным переводом» понимают «автоматизированное действие по преобразованию текста на одном

естественном языке в эквивалентный по содержанию текст на другом естественном языке, а также результат такого действия» [3, с. 70-71]. Перевод с использованием компьютерных программ и переводческих баз действительно представляет собой преобразование текста на исходном языке в конечный текст на другом языке. Но это преобразование несовершенно и имеет несоответствия в конечном представленном тексте. Из-за этого тексты машинного перевода подвергаются постредакторской обработке.

В зависимости от вида ошибок, которые совершает машина в процессе перевода, текст претерпевает разные виды постредактирования. Исходя из этого, мы можем предположить, что машинный перевод может иногда совпадать с вариантом специалиста-переводчика, может отклоняться от него в некоторых аспектах, а может полностью ему не соответствовать.

В соответствии с этим машинный перевод можно классифицировать в зависимости от степени его автоматизации:

- полностью автоматический, т.е. не требующий вмешательства человека;
- автоматизированный машинный перевод с участием человека;
- перевод, осуществляемый человеком с использованием компьютерных программ [1, с. 9].

Мы рассмотрели перевод вышеперечисленных понятий на английский язык, а также английское понимание машинного перевода и его классификации. Для сравнения авторами исследования была выбрана информационная статья на сайте облачного САТ-переводчика (*от сокр. computer-assisted translation*) Memsource [6] и проведены параллели между основными понятиями в сфере машинного перевода.

Согласно статье Memsource, машинный перевод – это «автоматизированный перевод с использованием компьютерного обеспечения» (*Machine translation (MT) is automated translation by computer software*), при этом в ней не уточняется степень автоматизации перевода, приведенная нами ранее. Кроме того, Memsource утверждает, что подобный тип перевода (предоставляемый конкретно ими) не требует/требует вмешательства специалиста на стадии постредактирования (*It can be used to translate entire texts without any human input (raw MT), or alongside human translators i.e.: machine translation post-editing*).

Memsource понимает, что машинный перевод не идеален, и в нём вполне возможны стадии постредактирования, среди которых выделяются вмешательство пост-редактора в небольшой степени (*light post-editing*) и в большей степени (*full post-editing*). В русском редактировании возможно вмешательство специалиста в процессе подготовки текста к машинному переводу (т.е. предредактирование), во время его осуществления, а также по его окончании [2, с. 25].

Функционирование в русском языке понятия «автоматизированный

машинный перевод» как вида машинного перевода, требующего участия человека [4, с. 254], с точки зрения авторов, является вполне приемлемым, поскольку, как мы выяснили ранее, автоматизированный машинный перевод является переводом, выполненным компьютерной программой и требующим вмешательства человека на стадии постредактирования.

Существует ещё одна интерпретация понятия «автоматизированный перевод». Она представлена переводческой компанией Smartling, которая предоставляет программное обеспечение для автоматизированного машинного перевода. Согласно идеям статьи, опубликованной на их сайте, автоматизированный перевод относится скорее не к переводу как таковому, а к его процессу. Иными словами, автоматизированным скорее выступает сам процесс, чем результат перевода (*So, this isn't necessarily automatic translation, but rather an automated process*) [5]; соответственно нет гарантии качества полученного текста.

После прочтения некоторого количества различных источников, автором не было выявлено единой интерпретации понятий «машинный» и «автоматизированный» перевод, при этом авторы научных трудов используют данные понятия довольно часто. В английском языке понятие «automatic translation», как правило, используется крайне редко и имеет в виду скорее сам процесс перевода, не отвечающий за качество конечного продукта, а следовательно, требующего вмешательства постредактора. Понятие «machine translation» является наиболее близким к русскому эквиваленту «машинный перевод». Однако это не означает, что он будет выступать полностью автоматическим, т.е. не требующим вмешательства человека.

Из всего вышесказанного, на наш взгляд, термин «automatic translation» не находит полной релевантности в русском языке, в то время как «machine translation» выступает вполне релевантным термином, полностью соответствующим русскому определению машинного перевода. Понятие же «автоматический перевод» означает машинный перевод без вмешательства человека и не может использоваться в сочетании «automatic machine translation», так как «machine translation» – это уже автоматический перевод, поскольку его осуществляет сама машина, и мы имеем конечный текст, не требующий корректирования специалистом на любой стадии редактирования. Понятие «автоматизированный машинный перевод» в русском языке используется в значении «перевод, выполненный машиной, но требующий вмешательства на стадии постредактирования», но не находит полного эквивалента в английском языке. Из этого следует, что ученым, использующим английское понятие «automatic translation» следует быть с ним более осторожными, так же как и с русским понятием «автоматизированный перевод» и «автоматический машинный перевод», которое, как таковое, ничего в себе не содержит.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Воронович В.В.* Машинный перевод// Конспект лекций для студентов 5-го курса специальности «Современные иностранные языки. Минск.: БГУ, гуманитарный факультет, кафедра общенаучных дисциплин, 2013. – 39 с.

2. *Головки Д.Р.* Особенности и виды машинного перевода// Вестник Московского информационно-технологического университета – Московского архитектурного строительного института. №4 – М.: МИТУ-МАСИ, 2020. – С.24-30

3. *Раренко М.Б.* Машинный перевод: от перевода «по правилам» к нейронному переводу (Обзор)// Журнал «Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература». Сер.6 – М.: ФГБУН «Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук», 2021. – С.70-78.

4. *Худинский М.В.* Общая характеристика программ автоматизированного и машинного перевода// Журнал «Инновационные аспекты развития науки и техники». V Международ. научно-практическая конференция. – М.: Военный университет Министерства обороны РФ, 2021. – С.253-258

5. *Grech M.* What is automatic translation? URL: <https://www.smartling.com/resources/101/what-is-automatic-translation/> (дата обращения: 12.10.2021).

6. *Machine translation: a comprehensive guide.* URL: <https://www.memsource.com/blog/a-comprehensive-guide-to-machine-translation/> (дата обращения 12.10.2021)

УДК 372.881.111.1

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БАКАЛАВРОВ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ

Опанасец А.С.

Тульский государственный университет
Тула, Россия

Научный руководитель: д. пед. наук, проф. Иванова В.И.

Статья посвящена вопросу необходимости формирования межкультурной компетенции будущих бакалавров социально-гуманитарных направлений подготовки в современном поликультурном мире. Формирование межкультурной компетенции в процессе изучения иностранного

языка является сложным и многоуровневым процессом.

Ключевые слова: бакалавр, межкультурная компетенция, иностранный язык, межкультурное взаимодействие, толерантность.

ON THE NECESSITY TO DEVELOP INTERCULTURAL COMPETENCE OF BACHELORS IN SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES

Opanasets A.S.
Tula State University

Scientific supervisor: Ivanova V.I.

The article is devoted to the issue of the necessity to develop intercultural competence of future bachelors of socio-humanitarian specialties in the modern multicultural world. The formation of intercultural competence in the process of learning a foreign language is a complex and multilevel process.

Key words: bachelor, intercultural competence, foreign language, intercultural interaction, tolerance.

Формирование межкультурной компетенции в процессе изучения иностранного языка является сложным и многоуровневым процессом. Особую актуальность данная проблема приобретает в современном поликультурном мире, в котором общество стремится к расширению политических, экономических, культурных связей между странами, их более активному взаимодействию.

Перед вузами поставлена задача подготовки квалифицированных специалистов, готовых к осуществлению межкультурного взаимодействия в процессе будущей профессиональной деятельности. Это касается не только специалистов, чья работа связана напрямую с иностранным языком. Требованием к большинству профессий социально-гуманитарной направленности является готовность к осуществлению межличностных контактов, в том числе, в поликультурной среде. Необходимо выстраивать свою профессиональную деятельность на основе соблюдения принципов толерантности, уважения к нормам иного социума.

Понятие «межкультурная компетенция» описывается учеными с разных точек зрения. Так, например, М. Байрамом под данным термином понимается способность к осуществлению процесса общения с представителями других групп (социальных и культурных). Важным аспектом, в этом случае, выступает возможность принимать на себя роль посредника/медиатора данного коммуникативного процесса, принимая во внимание существующие различия его участников [7]. К. Кнапп определяет межкультурную компетенцию как способность понимать представителей ино-

язычной культуры в ходе общения на таком же уровне, как и представителей родной культуры. Ученый обращает внимание на умение личности, у которой сформирована межкультурная компетенция, предвидеть возможные осложнения коммуникативного процесса, вытекающие из культурных различий и способность поиска путей их эффективного решения [8]. Дж. Летонен считает, что личность со сформированной межкультурной компетенцией должна обладать максимально глубокими знаниями об изучаемой культуре и языке [1].

Базовым по отношению к понятию «межкультурная компетенция» является термин «культура». Философские, психологические, культурологические и педагогические словари предлагают свои трактовки данного понятия, что связано с его многогранностью в зависимости от сферы употребления. Под культурой понимается, в частности, комплекс распространяющихся на представителей организованной группы правил, норм и обычаев [2], совокупность результатов жизни людей [5]. Говоря о культуре, как социальном явлении, следует отметить, что общим во всех определениях является условие ее существования – общество.

Общество и язык имеют тесную двустороннюю связь. Обязательным условием существования общества является язык, в то время как возникновение языка стало возможным благодаря возникновению человеческого общества. Подобная взаимосвязь прослеживается между понятиями «язык» и «культура». Язык выступает в роли элемента национальной культуры и функционирует в ее рамках. В процессе овладения иностранным языком, происходит понимание культуры.

Широкие возможности для формирования межкультурной компетенции и понимания культуры других стран дает иностранный язык как учебный предмет. Важно отметить практиконаправленность процесса изучения иностранного языка и коммуникативно-страноведческий характер методики его обучения на современном этапе развития общества. Целью данного процесса выступает не столько знание языка, сколько передача знаний о стране изучаемого языка, его людях и об их языковых контактах в различных сферах повседневной жизни.

В целях выявления значимости сформированности межкультурной компетенции в структуре профессиональных качеств бакалавров социально-гуманитарных направлений подготовки нами был проведен анализ ФГОСов высшего образования [6], а также соответствующих профессиональных стандартов [4]. Во ФГОСах социально-гуманитарных направлений подготовки, были отмечены следующие универсальные компетенции как результативные требования к выпускнику, отражающие сформированность навыков межкультурного взаимодействия:

1) способность к осуществлению устной и письменной деловой коммуникации, направленной на решение задач межличностного и межкультурного характера, не только с помощью государственного языка, но и

иностранного (УК-4);

2) способность к восприятию межкультурных отличий различных типов (социально-исторический, этнический, философский) в ходе осуществления взаимодействия межкультурного характера (УК-5).

На уровне общепрофессиональных компетенций так же можно выделить аспекты межкультурной направленности. Так, формулировка ОПК-1 ФГОСа направления подготовки «Политология» (41.03.04) содержит требования к умению использовать понятийный аппарат своего профиля профессиональной деятельности с целью реализации успешного межкультурного взаимодействия на разных языках [6]. В ОПК-6 направления подготовки «Гостиничное дело» (43.03.02) отмечается применения выпускниками знаний о нормах международного права [6].

Бакалавр-выпускник направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» (42.03.01) должен: уметь создавать медиатексты/медиапродукты/коммуникационные продукты с учетом норм государственного языка РФ и иностранного (ОПК-1); использовать свои знания о многообразии культур (родной и иноязычной) в процессе их (медиатекстов/медиапродуктов/коммуникационных продуктов) создания (ОПК-3). Еще одним требованием является умение учитывать в ходе выполнения профессиональной деятельности современные тенденции развития многоуровневых региональных, международных и мировых систем медиакommunikации, механизмов их функционирования и норм регулирования (ОПК-5) [6].

Выпускник по направлению «Лингвистика» (45.03.02) должен применять свои комплексные знания о фонетических, грамматических, лексических, словообразовательных и пр. особенностях иностранного языка, в ходе порождения и понимания как устных, так и письменных текстов (ОПК-1, ОПК-3) [6]. Подобные примеры можно продолжать.

Таким образом, в федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования наряду со специфическими знаниями и умениями прослеживаются как универсальные, так и общепрофессиональные компетенции межкультурной направленности. Успешное овладение вышеупомянутыми компетенциями оказывает влияние на уровень квалификации выпускников и возможность профессиональной самореализации.

Данный вывод подтверждает и анализ профессиональных стандартов специалистов социально-гуманитарного профиля. Так, среди требований к профессиональной деятельности педагога-психолога присутствует умение организовывать и проводить мероприятия, направленные на развитие навыков подходящего поведения в поликультурной среде. Одним из трудных действий психолога в социальной сфере является умение придерживаться общепринятых правил социально значимого поведения в обществе, в том числе и в условиях поликультурной среды [4].

В ходе осуществления своей профессиональной деятельности при подготовке различных маркетинговых исследований социолог (специалист по фундаментальным и прикладным исследованиям) должен обладать необходимыми знаниями о международном праве в области маркетинга, международных нормативных документах, этических кодексах профессии [4]. В процессе сбора социологических данных важно иметь представление о требованиях международных организаций по стандартам проведения социологических исследований. В ходе анализа социальных проектов и мероприятий, необходимо уметь подготовить международную нормативно правовую документацию.

Одной из трудовых функций, входящей в ряд обязанностей юриста, является оказание квалифицированной юридической помощи не только гражданам РФ, но и иностранцам, и лицам без гражданства. Способность общаться на иностранном языке, понимать культуру представителя другой страны, отсутствие стереотипов, которые могут негативно сказаться на процессе коммуникации, толерантное отношение к представителям иного социума влияют на реализацию межкультурного взаимодействия [4].

В список обязанностей специалиста по работе с молодежью относят и события международного характера. Руководителю гостиничного комплекса следует владеть иностранным языком, учитывать культурные особенности представителей другой страны. Одной из трудовых функций специалиста по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, является организация разнообразных мероприятий, в том числе иностранных, направленных на достижение установленных целей [4].

Педагог, организуя свою профессиональную деятельность, должен формировать толерантное отношение учащихся в постоянно меняющейся и развивающейся поликультурной среде [4]. Эмпатия, отзывчивость и чуткость – это те ключевые навыки, которые педагогу нужно демонстрировать самому, чтобы увидеть их в учениках. Организуя воспитательную деятельность, важно учитывать культурные отличия и влиять на формирование положительных примеров межкультурного общения.

Таким образом, анализ вышеперечисленных федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования социально-гуманитарных направлений подготовки и профессиональных стандартов ряда профессий позволил сделать вывод о необходимости формирования межкультурной компетенции будущих бакалавров. Межкультурные знания, умения и отношения, как компоненты межкультурной компетенции, нашли свое отражение среди требований к успешному осуществлению профессиональной деятельности. Это связано с возрастающей поликультурностью мира, в котором иностранный язык, в частности английский, является значимым средством межкультурной коммуникации.

В связи с вышесказанным отметим, что иностранный язык как учебный предмет дает широкие возможности для формирования межкультурной компетенции. В частности, эффективной технологией ее формирования является метод проектов, благодаря которому можно сделать процесс обучения максимально приближенным к реальной коммуникации с представителями иного лингвокультурного сообщества. Методически обоснованное и контролируемое применение данной технологии в учебном процессе способствует не только развитию межкультурной компетенции обучающихся, но реализации их творческого потенциала, стремления к саморазвитию, самосовершенствованию [3].

Особую актуальность приобрела данная педагогическая технология в условиях дистанционного обучения, так как с ее помощью актуализируется познавательная активность учащихся, поддерживается необходимый темп обучения, а также развивается ответственность и самоконтроль.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Альпаков В.Г., Сысоев П.В.* Компонентный состав межкультурной компетенции// Вестник ТГУ. – 2008. – № 8(64). – С. 89-93.
2. *Кордуэлл М.* Психология А – Я: Словарь-справочник / Пер. с англ. К. С. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 448 с.
3. *Опанасец А.С.* Создание настольной игры как средство развития межкультурной компетенции студентов вуза// Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. – 2020. – № 1 (44). – С. 55-61.
4. *Профессиональные стандарты.* URL: <http://fgosvo.ru/docs/101/69/2> (дата обращения: 02.10.2021).
5. *Тер-Минасова С. Г.* Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 348 с.
6. *ФГОС ВО 3++ по направлениям бакалавриата.* URL: <http://fgosvo.ru/fgosvo/151/150/24> (дата обращения: 01.10.2021).
7. *Byram M., Gribkova B., Starkey H.* Developing the intercultural dimension in language teaching: A practical introduction for teachers. Strasbourg: Council of Europe. 2002. URL: https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/1562524/1/Starkey_InterculturalDimensionByram.pdf (дата обращения: 10.10.2021).
8. *Knapp K.* Intercultural Communication in EESE. URL: http://webdoc.sub.gwdg.de/edoc/ia/eese/strategy/knapp/4_st.html (дата обращения: 08.10.2021).

ЗАИМСТВОВАНИЕ ИНОСТРАННЫХ СЛОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Пестрецова К.И., Николаева Е.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

В данной статье рассмотрены тенденции развития русского языка, влияние на него заимствованных англицизмов, раскрыты основные причины использования иностранных лексических заимствований и особенности интернет-лексики и молодежного жаргона. Обсуждается явление калькирования и использование разных видов заимствований в современном русском языке.

Ключевые слова: заимствования, языковые контакты, иностранная лексика, англицизмы, калькирование, молодежный жаргон.

LOAN WORDS IN THE RUSSIAN LANGUAGE

Pestretsova K.I., Nikolaeva E.V.

The Kosygin State University of Russia

The article examines the tendencies in the development of the Russian language, the influence of borrowed English words on it. It reveals the main reasons for using foreign vocabulary and the features of the Internet vocabulary and youth jargon. It discusses the phenomenon of calque and the use of different types of loan words in the modern Russian language.

Key words: borrowings, language contacts, foreign vocabulary, English loan words, calque, youth jargon.

Communication on the Internet and in life has its own specific features, both in the professional and non-professional sphere of human communication. Today, the Internet vocabulary of the English language is rapidly spreading around the world and, thus, expands the vocabulary of participants in the Internet communication on forums, messengers and social networks. The Internet has significantly changed the language style of a modern person. In everyday communication, more and more words appear that emerged not so long ago and have not yet become common (mainly borrowing words from English), which, in turn, implies various changes in terms of the sound and stylistic coloring of the Russian language.

The Russian language is one of the most developed languages in the world. Its richness is largely determined by the presence of a diverse vocabulary.

In the middle of the XIX century, an explanatory dictionary of the great living Russian language was published, compiled by Vladimir Dal. This dictionary contains about two hundred thousand words. The modern Russian language has about four hundred thousand. If we compare it with English dictionaries, there are much more words there, more than six hundred [7].

Modern people live in a cosmopolitan world and can speak one or more foreign languages. The multifaceted interaction of different cultures within the framework of intercultural communication inevitably raises the question of the viability of a separate culture in society [5, p. 201]. The use of various foreign words in speech is becoming elite, people who use foreign words are more valuable socially, have a higher social status and cultural level.

One of the ways to develop the languages of the peoples of the world is borrowing foreign words. The accelerated process of globalization and integration has expanded the influence of other languages on the vocabulary of each nation and in all spheres of modern life [6]. The period of predominant borrowings from English to Russian dates back to the 20th century, while Latin and Greek were the source languages in the Proto-Slavic period and in the era of Christianization, respectively. With the help of this expansion of data in the field of vocabulary, it is possible to trace the paths of international relations in the history of Russia and, of course, the ways of the language development.

Languages do not exist in isolation from each other: language contacts and various kinds of borrowings give a significant impetus to the development of lexical subsystems of contacting languages. Any lexical unit of one language, falling into another language, does not remain unchanged, but over time undergoes a certain adaptation [11, p. 120].

The main reason for mastering foreign vocabulary is the lack of a correct concept in the cognitive base of the receptor language. Since English is a widely recognized international language and the number of its speakers exceeds one billion, its influence, to a greater or lesser extent, in all spheres of society in each country is quite large [4, p. 35].

Other reasons may be:

- the need to give a name to a new concept or thing;
- to make it easier to express a new concept using a single word instead of a phrase (for example, the phrase ‘sharpshooter’ is replaced by ‘sniper’);
- socio-psychological factors: people often think that a foreign word sounds nicer, it becomes fashionable to use a new adopted word, as it shows that this person is knowledgeable and versed in the latest innovations in some area [5, c. 202].

The Russian language is affected and changed by the process of borrowing, because new subjects and ideas are emerging, but names for these products have not been invented in Russian yet. Based on this, people had to quickly search and come up with new terms, and borrowing become the best option.

In Russian communication, many examples of verb formation from Eng-

lish-language sources are given by the study of spoken speech. In the youth jargon, the following formations are noted: 'лук' from the English 'a look'; 'ток' from the English 'a talk'; 'зафрендиться' from 'make friends', etc. In such forms of words in English, they try to introduce innovations and change the structure of the word [1].

The result of borrowings is a tendency to the multiplicity of names of the same object, to the activation of synonymic relations in the language and the expansion of synonymic abilities of the language. Two words that make up a pair, similar in their meaning to neologism borrowing are, for instance: rating (показатель значимости), tandem (пара, партнерство), electorate (избиратели), barter (товарный обмен), pilot (летчик), make-up (макияж), creative (творческий), time-out (перерыв в игре), innovation (новшество), bonus (премия), etc. [3].

The adaptation of borrowed words in Russian occurs quickly, so it is important to follow this and understand the essence. Graphic, phonetic, morphological and semantic forms of foreign words are adapted to the norms and laws of the recipient language [10, p. 298].

English and its varieties continue to determine the trend of the language development, of the Russian language in particular. Many of the jargonisms are incorporated into Russian in a form of calque relating to corresponding grammatical categories. Calquing is the borrowing of foreign words, expressions, phrases by means of a literal translation of the corresponding language unit, as well as the result of these borrowings: words, expressions and phrases [8]. Not all English neologisms are transmitted accurately, and there may be a change in meaning, emotional coloring during transmission, or even not have a calque analogue in Russian at all. In this case, the English abbreviation can only be provided in full translation. Rarely, but the meaning of English jargon may change during translation. Some lexemes can turn from an abbreviation into an acronym, and an acronym, in turn, can become a backronym when interpreted. An acronym is a word or name formed as an abbreviation and formed from the initial components in a phrase or word, usually from individual first letters [9]. A backronym is a phrase created from the original word. In such a phrase, the letters of the original word are used as the initial letters for the words of the phrase [2].

The attractiveness of a foreign word lies in the specifics of the Russian mentality, for which everything foreign is prestigious. Often we use or see and hear words and expressions of the English language where it would be easy to do without them: 'посредник' (in trade) has been replaced by a *broker*, when talking about fashion, we use the word *trend*, we are no longer talking about 'рисунок' (on a dress), but about a fresher and more modern *print*, we call 'толстовка' (sweater with a hood) *hoodie*, we wear *slippers*, *loafers*, in restaurant menus we meet *snacks*, which means 'легкие закуски' [1].

There are a lot of loan words that we use not for their intended purpose,

but because it is fashionable. People like to talk about modern things in a modern language; they believe that it gives them erudition. With a single word in a foreign language, you can replace an entire sentence in Russian to save time. For modern youth, foreign words are a trend, they use them everywhere, and some may not even understand their meaning.

Thus, it can be concluded that the borrowing of foreign words in the Russian language cannot be avoided. In the modern world, dynamic processes that occur in society are changing and developing very rapidly, they generate various linguistic phenomena, including borrowings. A lot of neologisms are constantly borrowed from foreign languages, denoting new objects and phenomena in modern life. Some of the borrowings are mandatory, because there are no synonyms for them in the Russian language. Yet some borrowings that have arisen under the influence of foreign verbal fashion are exaggerated. At the same time, the Russian language has certain mechanisms to purify itself and get rid of unnecessary words. After all, not all foreign words can go through the process of being accepted into the Russian language, and therefore they are quickly forgotten. Due to this, borrowings do not pose a threat to the modern Russian language and contribute to its development [5, p. 204].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Большой словарь иностранных слов* // Словари и энциклопедии. URL: https://gufo.me/dict/foreign_words (дата обращения 04.10.21).

2. *Бычкова Т.В.* Аббревиация и дезаббревиация в русском и английском языках // *Язык, литература и культура как грани межкультурного общения. Сб. научных трудов. Под редакцией О.Д. Вишняковой.* – М., 2017. С. 86-92.

3. *Дакохова М.Г.* Англоязычные заимствования в русском языке, XIX-XX вв.: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Пятигорск, 1998. – 146 с.

4. *Дьяков А.И.* Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке. *Язык и культура.* – Новосибирск, 2003. – С. 35-43.

5. *Лошакова Н.А., Павленко В.Г.* История и адаптация англицизмов в русском языке // *Научно-методический электронный журнал «Концепт».* – 2019. – № 5 (май). – С. 199–205. – URL: <http://e-koncept.ru/2019/195016.htm> ((дата обращения 03.10.21).

6. *Николаева Е.В.* Иноязычные фразеологизмы как элементы кросс-культурных коммуникаций // *Иностранный язык в дискурсе моды: образовательные технологии и лингвокультурные исследования. Сборник научных трудов.* М., 2015. С. 97-101.

7. *Новоселова Е.* Что у нас с БАСом? Почему английские словари толще русских? (Интервью с Л.Е. Кругликовой). // «Российская газета», №6504 (232), 10.10.2014, URL: <https://rg.ru/2014/10/10/slovari.html> (дата об-

ращения 3.10.2021)

8. Семенова А. Калькирование в переводе: виды, методы перевода и примеры// FB.ru. 5.03.2019. URL: <https://fb.ru/article/470348/kalkirovanie-v-perevode-vidyi-metodyi-perevoda-i-primeryi> (дата обращения 03.10.21).

9. Смирнова В.Н., Павлова А.Д. Английские акронимы как способ лингвистической экономии // Бюллетень науки и практики. – 2017. - № 11 (24). – С. 442-447.

10. Шмелев Д.Н. Современный русский язык. Лексика. М., 1977. – 335 с.

11. Шумайлова М.С. Причины заимствования англо-американских терминов и их ассимиляция в немецкой терминологии Интернета // Омский науч. вестн. – 2010. – № 5(91). – С. 118-121.

УДК 811.111

АМЕРИКАНСКИЙ И БРИТАНСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Россохина И.Д., Николаева Е.В.

Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

В данной статье рассмотрены различия в американском и британском английском, характерные для профессиональной терминологии в сфере государственного и муниципального управления. Работа содержит описание происхождения различных версий английского языка, а также примеры по их сравнению.

Ключевые слова: американский английский, британский английский, орфография, лексика, грамматика, фонетика, международный язык, профессиональная коммуникация, государственное и муниципальное управление.

AMERICAN AND BRITISH ENGLISH IN THE FIELD OF PUBLIC AND MUNICIPAL ADMINISTRATION

Rossokhina I.D., Nikolaeva E.V.

The Kosygin State University of Russia

The article examines the differences in American and British English, which are characteristic for the professional terms in public and municipal ad-

ministration. The work includes description of the origin of various versions of the English language, as well as the examples on their comparison.

Key words: American English, British English, spelling, vocabulary, grammar, phonetics, international language, professional communication, public and municipal administration.

The English language was originated in the UK, but nowadays English is spoken in almost all countries of the world. English has the legal status of an official language in such countries as Canada, India, Ireland, New Zealand, and the Philippines. It has no official status in the USA and Australia, nevertheless, English is the predominant language spoken by most of the population. It is obvious that the English language undergoes quite strong changes, appearing in a territory where many other languages exist. It changes in pronunciation, vocabulary, grammar, etc. Because of this, new versions of the language appear. The most common versions of English language are British English and American English.

English appeared in America in the 17-18th centuries with the arrival of peasants, merchants, and the petty bourgeoisie from Great Britain. A rougher, simpler English language was imported to America, not the one, that was spoken by the British aristocracy, that is why the spelling and phonetics of American English are currently simpler than British. By that time, there were already many languages in America: Spanish, French, German, Dutch and even Russian. All the emigrants needed to contact somehow, interact with each other, so they needed a common language for this. Since the British accounted for 80% of all emigrants, all the rest people involuntarily began to speak English [1; 2].

Linguists divide the formation of American English into two periods [1]:

1. The early period (approximately 17-19th centuries) – it includes the formation and development of the spoken language; American English begins to acquire distinctive features relative to British English. The early period is characterized by a rapid replenishment of vocabulary. For several decades, American English has acquired a huge number of new words that had never existed in British English. There are several reasons for vocabulary replenishment. The first reason is that emigrants encountered many new phenomena that needed to be named (for example, with moving to another continent, people got acquainted with new flora and fauna; society was built from scratch, new institutions and laws were created that similarly required names); the second reason is a communication with native speakers of other languages.

2. The late period (19th century – our days) – the formation of the literary language, the consolidation of norms that appeared earlier. Since the 19th century, industry began to develop in the USA, and consequently, a new vocabulary began to appear related to the development of transport, infrastructure, and cities.

The study of the American language began from a scientific point of view

in the 19th century. Scientists were divided into two camps. Some considered American English simplified and sought to bring the language closer to the ideal – to the British dialect. The others, on the contrary, were proud of American English and advocated its strengthening. Noah Webster is an American lexicographer, linguist, who has made a significant contribution to the study and development of the American version of English. He created the “American Dictionary of the English Language”, which was studied by several generations of Americans. American English had fully taken shape in the colloquial version by the 20th century [1].

To date, there is a mixture of American and British versions of the English language, and American English has clearly more influence than British does, because the United States plays a major role in world politics and the economy [4] and there are more Americans in terms of population. Americanisms are increasingly beginning to appear in British English.

American English (hereinafter – AmE) differs from the British version (hereinafter – BrE) in four aspects: spelling, vocabulary, grammar, phonetics.

Spelling. In his work, Noah Webster consolidated the practice of writing *-or* instead of *-our*, for example, AmE – color, labor (cf. BrE – colour, labour) and *-er* instead of *-re*, for example, AmE – theater, center (cf. BrE – theatre, centre). Some words in American English are shorter because Americans adapt borrowed words, for example: AmE – catalog, program (cf. BrE – catalogue, programme). Verbs in the British version can end in *-ize* or *-ise*, while the American version is characterized by writing only *-ize*, for example, AmE – apologize, organize, recognize (cf. BrE – apologize/ise, organize/ise, recognize/ise). Words ending in *-yse* in British English (analyse, paralyse) end in *-yze* in American English (analyze, paralyze). Verbs ending in a vowel+l in the British version double the final consonant when adding the ending (travel – travelled – travelling), in the American version they do not double (travel – traveled – traveling). In British English, some words that include combinations of letters ‘ae’, ‘oe’ are written only with ‘e’ in the American version, for example: AmE – leukemia, maneuver (cf. BrE – leukaemia, manoeuvre) [5].

Vocabulary. The main reason for the differences in vocabulary is the influence of other languages on English in the USA. The Spanish language had the strongest influence, especially in the southwest of the country. Here are vivid examples of differences in the British and American vocabulary (the first word – is the American version, the second is the British one) [5]:

- legal holiday – bank holiday;
- underground economy – black economy;
- durable goods – consumer durables;
- fiscal year – financial year;
- lawyer – solicitor.

Phonetics. There are differences between British and American English in the pronunciation not only of single words, but also of whole sentences: the

stress in words, sounds, intonation in sentences differ. The British use a variety of intonation patterns, while the Americans have a more fluent language, in which there are only two intonations: smooth and descending. In the American version of English, the words *Congress* and *privacy* are pronounced as follows: ['kɒŋgrəs] и ['praɪvəsi]. In the British version of the language – ['kɒŋgrɛs] и ['praɪvəsi]. *Currency* in the American version sounds like ['kɜːrənsi], in the British version – ['kʌrənsi] [2].

Grammar. The first difference between the two versions of the English language concerns collective nouns denoting a group of people (staff, band, team, etc.) In American English, collective nouns are singular, in the British version they are singular or plural, depending on the context. The II and III forms of irregular verbs also differ (AmE – learned, dreamed, while BrE – learnt, dreamt). Englishmen in their speech use disjunctive questions more often than Americans, this phenomenon is a rarity for Americans. Present Perfect is also rarely used by Americans because American English assumes the use of only simple tenses, in the USA we can hear phrases such as “Did you finish your project yet?” or “I already spoke to them”. The British often use the expression ‘have got’, the Americans – just ‘have’. The auxiliary word ‘shall’ is still used in British English in the future tense; Americans more often use ‘will’. In American English, adverbs are arranged between auxiliary and ordinary verbs: AmE – “I always am sleepy on Monday”; BrE – “I am always sleepy on Monday”. The most obvious grammatical feature of American English is the simplification of such phrases as ‘want to’, ‘going to’, ‘got to’ to ‘wanna’, ‘gonna’, ‘gotta’ [6].

The most important differences between the American version of the language and the British one are simplicity, ease and accessibility because Americans distort pronunciation in every possible way, shorten words and phrases. The American language attracts with its slang and a huge number of bright idioms.

English teachers around the world have noticed the phenomenon of the new version – it is something between British and American English. This variation was given the name ‘international English language’. It is emotionally neutral, contains a minimum of slang and idioms, and it is mainly used by residents of non-English-speaking countries [3]. International companies use just the international version of the English language: in writing – British English, in speech - American pronunciation. There is even a so-called Chinese English, which means ‘as it turns out’, i.e. in the international arena, people do not bother much about what English is worth negotiating in, etc. The main thing is that everyone understands each other and can correctly convey the idea.

Let us summarize the results. What is good about American English? Simple grammar, slang, the influence of other languages, idioms (there are a lot of them in the British version of the language, but in American English they are more concise, precise, ‘newfangled’). What can British English oppose to this? The British version is the foundation – the basis with which you can study abso-

lutely any interpretation of English. Knowledge of classical English is highly appreciated all over the world. At business negotiations or various international conferences, the use of the British variant of the language will be met with favour because the speech in British English is more expressive and more variable in tone.

ЛИТЕРАТУРА

1. *История американского варианта английского языка*. Lingua Airlines. 16.09.2021. URL: <https://lingua-airlines.ru/articles/istoriya-amerikanskogo-varianta-anglijskogo-yazyka/> (дата обращения 05.10.2021).
2. *История американского варианта английского языка*. Native English. URL: <https://www.native-english.ru/articles/american-english> (дата обращения 05.10.2021).
3. *Какой язык учить? Британский и английский против американского*. Englex. 02.08.2014. URL: <https://englex.ru/british-vs-american-english/> (дата обращения 06.10.2021).
4. *Николаева Е.В.* Лингвокультурная глобализация vs. семантическая мультикультурность в электронных текстах международных брендов // Профессионально ориентированное обучение иностранному языку и переводу в вузе. Материалы международной конференции. – М., 2011. – С. 240-244.
5. *Различия американского и британского английского*. 24.01.2017. URL: <http://grammar-tei.com/razlichiya-amerikanskogo-i-britanskogo-anglijskogo/> (дата обращения 05.10.2021).
6. *Тен И.* Соотношение американского и британского английского языка. URL: <https://idaten.ru/philology/sootnoshenie-amerikanskogo-i-britanskogo-anglijskogo> (дата обращения 06.10.2021).

УДК 81'272

ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ И СМЕШЕНИЕ ЯЗЫКОВЫХ КОДОВ В РЕЧИ РУССКО-АНГЛИЙСКИХ БИЛИНГВОВ КАК ВОЗМОЖНОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ НАЧАЛЬНОЙ СТАДИИ ЯЗЫКОВОЙ АТТРИЦИИ

Рубакова И.И., Васько А.О.

Российский университет дружбы народов
Москва, Россия

Статья посвящена актуальной проблеме смешения и переключения кодов в сознании билингва, а также возникновению языковой аттриции матричного языка. В работе описано функционирование смешения и пере-

ключения кодов в речи русско-английских билингвов на материале результатов проведенного исследования, а также дана характеристика возникновения языковой аттриции.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, переключение языкового кода, смешение языковых кодов, языковой контакт, языковая аттриция, билингвы.

CODE-SWITCHING AND CODE-MIXING IN THE SPEECH OF RUSSIAN-ENGLISH BILINGUALS AS A POSSIBLE DEVELOPMENT OF THE EARLY PHASE OF LANGUAGE ATTRITION

Rubakova I.I., Vasko A.O.

Peoples' Friendship University of Russia
Moscow, Russia

The article deals with the relevant problem of code-switching and code-mixing in bilingual's minds, as well as the origin of matrix language attrition. The work describes the functioning of code-switching and code-mixing in the speech of Russian-English bilinguals based on the results of the research and also gives a characteristic of the language attrition development.

Key words: intercultural communication, code-switching, code-mixing, language contact, language attrition, bilingual.

Проблема смешения и переключения кодов в сознании билингва, а также возникновения языковой аттриции матричного языка является широко обсуждаемой в отечественной и зарубежной лингвистике последних десятилетий.

В.И. Беликов отмечает, что способность говорящего переключаться с одного языка на другой говорит о «достаточно высокой степени владения языком (или подсистемами языка) и об определенной коммуникативной и общей культуре человека» [2].

Согласно Г.Н. Чиршевой, переключение кодов – это «чередование активности двух языков, обычно допускаемое билингвом в общении с другими билингвами» [10, с.23]. Однако при попытке разобраться в семантическом свойстве терминов «переключение кодов» и «смешение кодов» могут возникнуть трудности. А.В. Русан отмечает, что толкование термина «смешение кодов» среди лингвистов варьируется от «неограниченного количества вкраплений в текст на матричном языке единиц гостевого языка, фонетически и грамматически неадаптированных к этому, до переключения кодов в пределах одного предложения» [9].

В.И. Беликов и Л.П. Крысин в определении смешения кодов говорят, что переключение кодов мотивировано, в то время как смешение кодов встречается, когда переход от одного языка к другому не имеет мотиви-

ровки [2].

Наравне с переключением и смешением кодов в речи билингов можно наблюдать такие языковые явления как интерференция и внутрифразовые заимствования, которые происходят в результате взаимовлияния языков.

У. Вайнрайх использует термин «*интерференция*», подразумевающий случаи отклонения от норм любого из языков, возникающие вследствие языкового контакта [3, с. 22]. Согласно Л. П. Крысину, *заимствование* можно определить как «процесс перемещения различных элементов из одного языка в другой» [7, с.56].

В зависимости от сознательного или бессознательного переключения кодов, а также степени намерения, выделяют немаркированный и маркированный типы переключения.

Согласно И.Г. Морозовой, бессознательное переключение не представляет собой цели и является следствием билингвизма говорящего. Также бессознательное переключение в первую очередь характерно для тех билингов, которые проживают (или длительное время проживали) в условиях двуязычной среды, например, студенты иностранных вузов, практиканты, уехавшие за рубеж [8, с. 42].

К. Майерс-Скоттон выдвинула в своей работе 1993 года противопоставление «*маркированного*» и «*немаркированного*» выбора при переключении кода. Согласно мнению ученого, немаркированное переключение происходит при условии, когда билингв следует правилам речевого общения, установившимся в языковом сообществе, и переключается в соответствии с ожиданиями слушающего. Маркированное переключение кода характеризуется сознательным переключением и замечается собеседником как отклонение от нормы [21].

Е.В. Головки предлагает в своей статье 2001 года выделить в рамках немаркированного переключения особый подтип – *немотивированное* переключение кода, при котором переключение с одного языка на другой не определяется никакими ожиданиями слушающего, может происходить в любых частях предложения [4, с.298].

А.Х. Ашрапова выделяет четыре основные функции использования кодовых переключений в речи билингов: лингвопрагматические, социопрагматические, психопрагматические и прагматические [1. с. 4].

Таким образом, под влиянием языковых контактов в речи русско-английских билингов на родном языке, проживших длительное время в англоговорящих странах, могут наблюдаться изменения, а именно: проявление кодовых переключений (с русского на английский и обратно), внутрифразовых заимствований и интерференции. Проблема данного феномена заключается в том, что переключение кодов может быть немотивированным, то есть, бессознательным. В данном случае билингв не контролирует поток устной речи, что может постепенно увеличивать количество заим-

ствований и явлений интерференции. Другими словами, сознательное переключение кодов, подчиняющееся определенным целям говорящего, заменяется на неконтролируемое смешение кодов.

Материалом нашего исследования послужили интервью с русско-английскими билингвами от 18 до 45 лет, проживающими на территории англоговорящих стран в течение длительного времени (от трех лет), а также примеры заимствований, переключения и смешения кодов в устной разговорной речи, интерференции.

Среди опрошенных: 5 человек, иммигрировавших в США и не продолживших пребывание в академической среде; 34 русских студента, обучающихся в вузах Великобритании по разным направлениям подготовки: компьютерные технологии – 11 человек, филология и психология – 9 человек, экономика, право и менеджмент – 9 человек, искусство – 5 человек. 100% интервьюируемых отметили, что используют переключения кодов (ПК) в общении с друзьями или семьей (при наличии родственников-билингвов), и только 29% указали, что переходят с одного языка на другой в рабочей сфере.

Таким образом, полученные результаты (150 примеров вкраплений и кодовых переключений) охватывают широкий спектр примеров русско-английских вставных переключений (разговорный язык), которые проявляются в устной речи билингвов.

Так, например, в предложении *«Эти технологии более продвинуты, чем те, которыми я пользовалась ранее»* мы можем наблюдать психопрагматическую функцию ПК – функцию экономии языковых средств. Эквивалентом в русском языке слова *«advanced»* (*advanced*) будет являться словосочетание *«более продвинутые»*.

Также внутрифразовое переключение может характеризоваться несколькими функциями. Например, в предложении *«В третьем году я делаю фаундейшн»* происходит слияние социопрагматической функции – функции выражения социальной или групповой идентичности, а также психопрагматической функции – функции экономии языковых средств. Эквивалентом слова *«фаундейшн»* (*foundation*) на русском языке может являться *«основа для будущей работы; база знаний для применения»*.

Помимо копирования форма ПК может быть представлена семантическим сдвигом: *«Это было много декад назад»* (психопрагматическая – компенсаторная функция), где *«декада»* (*decade*) представлена в значении *«десятилетие»*, так как в английском языке декада – 10 лет, в отличие от русского языка, где декада – 10 дней.

Форма ПК также может характеризоваться несколькими составляющими. Так, в предложении *«Эти два файла в директории связаны симлинком»* слово *«симлинк»* имеет форму сокращения языковой единицы (от *symboliclink*), а также форму копирования. Данный термин из области компьютерных технологий не имеет аналогов в русском языке. Имеет назва-

ние такое же, как в языке оригинале – симлинк или «символическая ссылка». Функция ПК лингвопрагматическая – функция заполнения лексических лакун.

Результатом регулярного языкового контакта (русских билингвов в англоговорящих странах) при недостаточной коммуникации на русском языке становится снижение компетенции владения матричным языком и постепенное слияние родного и приобретенного языков, то есть, другими словами, образования нового, третьего (промежуточного) кода, в котором элементы из двух языковых систем объединяются в структурно-определяемый шаблон.

Так как регулярное использование в речи переключения и смешения кодов может привести к снижению речевой компетенции на языке, который претерпевает появление внутрифразовых вкраплений из заимствованного языка (Я2), требуется рассмотреть характеристики понятия «аттриция».

Под языковой аттрицией, языковой регрессией [13], языковой эрозией [20; 24] понимается постепенное снижение уровня владения матричным или гостевым языком. Данное явление может быть результатом недостаточного использования кода (отсутствие регулярного ввода нового языкового материала) или лингвистической конкуренции родного и приобретенного языков [8, с. 85].

Согласно Е.Ю. Груздевой, языковая аттриция является «разрушением» языка и наблюдается в речи билингвов или мультилингвов. Аттриция может развиваться у отдельных говорящих, вследствие психолингвистических особенностей, а также может охватывать целые языковые коллективы, может проявляться в традиционных и в иммигрантских сообществах [5, с. 16].

Б. Копке и М. Шмидт полагают, что языковая аттриция относится к ситуациям, когда говорящий на каком-либо языке (Я1 или позже выученный второй или иностранный язык) больше не может совершать определенные языковые операции, с которыми он/она справлялись ранее, и это не вызвано ухудшением состояния мозга (например, из-за возраста, болезни или травмы), но происходит по причине неиспользования и давления со стороны другого языка из-за изменения языковой среды [19].

Л. Кэмпбелл и М. Мантцель в своей работе 1989 года предложили классификацию говорящих, исходя из оценки их компетентности:

1. сильные или (практически) полностью компетентные (strong or (nearly) fully competent);
2. несовершенные (imperfect), т.е. достаточно свободно говорящие, так называемые «полуязычные»;
3. слабые полуязычные (weak semi-speakers) с более ограниченной языковой компетенцией;
4. помнящие язык (rememberers), т.е. знающие только отдельные сло-

ва и изолированные фразы [11, с. 181].

Е.Ю. Груздева, рассматривая модель языковой смерти гэльского языка и арванитика Х.-Ю. Зассе, прослеживает представления Зассе о развитии языковой аттриции в умирающих языках: интерференция → упрощение → редукция → остаточное знание [5, с. 44-45]. Мы же, в свою очередь, полагаем, что процесс аттриции может развиваться в аналогичной последовательности не только в умирающих языках, но и индивидуально у билингов, уехавших за рубеж на длительное время и не практикующих достаточно речь на матричном языке.

«Наиболее очевидным» аттриционным процессом Е.Ю. Груздева называет утрату продуктивного словообразования. Лингвист отмечает, что данный феномен проявляется, в частности, «в тенденции к заимствованию из доминирующего языка слов для новых понятий вместо образования морфологических неологизмов по исконным моделям» [5, с. 50-51].

Согласно М. Шмидт и Г. Уилмаз, симптомы, приписываемые истощению первого языка, характеризуются как естественная часть процесса развития двуязычия [25]. Ученые отмечают, что с приобретением второго языка в мозгу образуются конкурирующие категории для предметов, функций или правил, уже существующих на родном языке. Эти конкурирующие категории представляют собой способ реализации одного и того же коммуникативного намерения на Я2, но способом, который может варьироваться от почти идентичного до совершенно другого. С практикой и повышением квалификации эту передачу особенностей языковых структур Я1-в-Я2 можно уменьшить или свести к минимуму. Кроме того, характеристики или правила могут аналогичным образом и в большей степени подвергаться влиянию кросслингвистического вмешательства (interference) в аттрицию Я1.

Также М. Шмидт и Г. Уилмаз отмечают, что широкий круг говорящих, живущих в условиях билингвальных сообществ, испытывает определённые изменения в Я1, частично из-за неиспользования (потеря доступности) и частично в силу вмешательства со стороны доминирующего контактного языка (конкуренция) [25].

Шарвуд Смит подошёл к вопросу о взаимовлиянии языков с психолингвистической точки зрения, предположив, что языковая аттриция, или истощение, может повлиять на базовое лингвистическое знание и/или контроль над этим знанием, которое все еще присутствует в сознании говорящего (например, качественное расхождение и/или проблемы с поиском и обработкой) [23].

Также ученые М. Шмидт и Г. Уилмаз в статье 2018 года [25] упоминают о социолингвистической анкете, содержащей набор вопросов об интерактивном использовании языка в различных ситуациях, которая впоследствии использовалась в ряде исследований (доступна на сайте languageattrition.org). Данные исследований довольно неожиданно и проти-

воречиво показали, что влияние использования языка в неформальной обстановке намного меньше, чем предполагалось ранее. Это может быть связано с тем, что другие носители языка Я1 (в иностранном сообществе), возможно, развили свою собственную манеру говорения, и, как результат, частые контакты с другими иммигрантами не способствуют поддержанию языковой компетенции на высоком уровне [15]. По-видимому, замедлить темпы истощения может только использование Я1 в профессиональных целях [22].

М. Шмидт в своей работе 2007 года [22] отметила, что частота использования Я1 в билингвальном контексте не сыграла никакой роли в защите языка от истощения. Ученая объяснила это утверждение тем фактом, что переключение кода является приемлемым и частым в таких условиях, что делает сильное подавление Я2 ненужным. Однако билингвы, которые используют свой матричный язык Я1 в профессиональных целях (то есть, в промежуточном режиме, в котором переключение кода неуместно), набрали больше баллов (в социолингвистической анкете) по лексическим навыкам и показателям беглости «fluency measures». Шмидт приписывает эти результаты более высоким уровням практики подавления Я2 (подавление переключения и смешения кодов).

Согласно Хаммеру и Деваэлю [16], среди других факторов, связанных с аттрицией, есть аффективные факторы, связанные с культурной и языковой идентичностью и мотивацией. От билингвов, которые имеют сильное желание погрузиться в новую языковую среду Я2 и для которых Я1 теряет свое практическое и символическое значение, ожидается, что они будут испытывать большее истощение Я1, так как у них не будет мотивации прилагать усилия для поддержания высокой компетенции владения своего матричного языка.

Предполагалось, что аттриция происходит в основном в течение первого десятилетия, а затем замедляется или полностью прекращается [13].

Было высказано предположение, что билингвы с высоким уровнем образования будут в меньшей степени подвержены аттриции, поскольку более высокий уровень образования связан с грамотностью (которая укрепляет язык, обеспечивая дополнительную репрезентацию), а также с использованием более сложных слов и структур [14]. Также высокообразованные люди с большей вероятностью будут читать на родном языке и смогут позволить себе частые поездки домой, что даст больше практики общения на Я1. Эти факторы также могут рассматриваться как защита от аттриции [17].

Таким образом, можно подытожить, что тесное взаимодействие английской и русской культур может способствовать проявлению интерференции, переключений и смешения кодов в устной речи билингвов, которые в течение нескольких лет проживали на территории англоговорящих стран, а также частое употребление заимствований. В результате культур-

ной интерференции может образоваться третий, промежуточный код, сочетающий в себе морфологические, фонематические и синтаксические особенности русского и английского языков.

Несмотря на то, что факт присутствия в речи переключений и смешения кодов не является сам по себе признаком проявления языковой аттриции, тем не менее, мы считаем, что в некоторых случаях он может сигнализировать о ее начале, так как, по словам самих интервьюируемых, часто они просто не могут быстро вспомнить нужную языковую единицу, эквивалент, из русского языка. Также 80% опрошенных сообщили, что их уровень владения русским языком (в устной речи) снизился после проживания в англоговорящем сообществе в течение нескольких лет (в основном, от трех лет пребывания за границей) ввиду недостаточной языковой практики на родном языке. Отсюда можно проследить прямую зависимость: чем меньше билингв поддерживает языковую практику на матричном языке, ввиду отсутствия должной мотивации, при переезде в другую страну и чем больше практикует речь на гостевом языке, тем быстрее его компетентность речи на родном языке начнет снижаться (при этом существует корреляция уровня компетенции и времени ее снижения: чем менее компетентен говорящий, тем быстрее будет происходить процесс забывания родного языка, и наоборот).

В ходе нашего исследования было выяснено: технически процесс забывания языка проявляется в том, что сначала необходимые лексические единицы из русского языка перестают быстро приходить на память в момент порождения речи, а после билингв может начать допускать незначительные ошибки в речи (неправильное употребление числительных; неправильное спряжение глаголов: «влязию» вместо «влезая»). Также результаты исследования показали, что, если билингв, находясь в англоязычной стране, пребывает в академической среде, результаты снижения языковой компетенции на родном языке незначительны (интервьюируемые проживали/ют в англоговорящих странах от трех лет и дольше), в то время как билингвы, пребывающие за рубежом вне академического общества и университетской среды, утрачивают способность грамотно изъясняться на родном языке гораздо быстрее.

Таким образом, нами было выдвинуто предположение о том, что ментальный лексикон билингвов, равно как и компетенция речепорождения на матричном языке могут зависеть не только от наличия достаточной языковой практики на родном языке во все время пребывания за рубежом, но также и от окружающей социальной среды (академическая или неакадемическая среда) и мотивации сохранения высокого уровня владения родным языком. То есть, если полностью (практически) компетентные билингвы уезжают на несколько лет из академической среды (матричный язык) в среду неакадемическую (гостевой язык) и преимущественно общаются разговорным стилем на гостевом языке (и при недостаточном об-

щении на матричном), их компетенция в речи на матричном языке снижается значительно быстрее, чем компетенция тех полностью (практически) компетентных билингвов, которые из академической среды (матричный язык) уехали в среду академическую (гостевой язык). Во втором случае в речи билингвов были замечены небольшие отклонения от норм русского языка, тогда как речь билингвов, уехавших в неакадемическую среду, стала значительно беднее: упростились синтаксические конструкции и сократился лексический запас слов.

Так как управление билингвальной языковой системой является когнитивно более сложным процессом (чем монолингвальной), билингвам может понадобиться дополнительное время и усилия для устранения межъязыковых влияний и поддержания высокой компетенции обоих языков. Мы считаем необходимым создание специализированного лингвометодического тренажера (или онлайн курса) для билингвов, целью которого будет являться восстановление и поддержание богатого словарного запаса говорящего, корректировка речевой компетенции билингвов, а также предотвращение возможного появления языковой аттриции. Построение лингвометодического тренажера для билингвов на примерах классических литературных произведений может помочь говорящим поддерживать не только активный словарный запас на родном языке, но и корректировать их культурологическую компетенцию.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ашрапова А.Х.* Теоретические аспекты языковых контактов (на примере переключения кодов) // Современный мусульманский мир. – 2018. – № 1. – С. 1-6.
2. *Беликов В.И., Крысин Л.П.* Социолингвистика. – М.: РГГУ, 2001. – 439 с.
3. *Вайнрайх У.* Языковые контакты: Состояние и проблемы исследования. – Киев: Вища школа, 1979. – 263 с.
4. *Головко Е.В.* Переключение кодов или новый код? // Европейский университет в Санкт-Петербурге. Труды факультета этнологии. Вып.1. – СПб., 2001. – С. 298-316.
5. *Груздева Е.Ю.* Языковая аттриция в системе языковых изменений // Языковые изменения в условиях языкового сдвига / Отв. ред. Н.Б. Вахтин. – СПб.: Нестор, 2007. – С. 16-58.
6. *Елисейкина М.И., Куприна Т.В.* Забывание как фактор языковой аттриции // Социокультурное пространство России и зарубежья: общество, образование, язык, 2020. – № 9. – С. 84-92.
7. *Крысин Л.П.* Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // РЯШ, 1994. – № 6. – С. 56-63.
8. *Морозова И.Г.* «Смещение языков» в процессе и за рамками обучения иностранным языкам. // Гуманитарная наука сегодня. – №2. – М,

2011. – С. 42-52.

9. *Русан А.В.* Смешение и переключение кодов в речи эмигрантов (на материале прозы Й. Шкворецкого). – СПб.: СПбГУ, 2017. – 96 с.

10. *Чиршева Г. Н.* Билингвальная речь // Вестник ОГУ. – 2003. - № 4.- С. 23-29.

11. *Campbell L., Muntzel M. C.* The Structural Consequences of Language Death. In: N. Dorian (ed.). Investigating Obsolescence: Studies in language contraction and death. Cambridge University Press, 1989. P. 181–196.

12. *De Bot K., Weltens B.* Recapitulation, regression, and language loss. In H.W. Seliger and R.M. Vago (Eds.), First language attrition. Cambridge: Cambridge University Press, 1991. P. 31-52.

13. *De Bot K., Clyne M.* A 16-year longitudinal study of language attrition in Dutch immigrants in Australia. Journal of Multilingual & Multicultural Development, 1994, No.15. Pp. 17-28.

14. *De Bot K., Makoni S.* Language and Aging in Multilingual Contexts. Clevedon: Multilingual Matters Ltd, 2005.

15. *Grosjean F., Py B.* La restructuration d'une première langue: l'intégration de variantes de contact dans la compétence de migrants bilingues. La Linguistique, 1991, No. 27. Pp. 35-60.

16. *Hammer K., Dewaele J.-M.* Acculturation as the key to the ultimate attainment? The case of Poles in the UK. In F.F. Lundell, & I. Bartning (Eds.), Cultural migrants and optimal language acquisition. Bristol: Multilingual Matters, 2015. Pp. 178-202.

17. *Jaspaert K., Kroon S.* Social determinants of language loss. ITL International Journal of Applied Linguistics, 1989, No. 83. Pp. 75-98.

18. *Köpke B., Monika S.S.* Language attrition: Theoretical perspectives. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007. 268 p.

19. *Köpke B., Schmid M.S.* Language attrition: The next phase. In: M.S. Schmid, B. Köpke, M. Keijzer, & L. Weilemar (Eds.), First language attrition: Interdisciplinary perspectives on methodological issues. Amsterdam: John Benjamins, 2004, pp. 1-43.

20. *Kravin H.* Erosion of a language in bilingual development. Journal of Multilingual and Multicultural Development – 1992. - № 13 – P. 307-325.

21. *Myers-Scotton C.* Social Motivations for Codeswitching: evidence from Africa. Oxford, 1993.

22. *Schmid M.S.* The role of L1 use for L1 attrition. In: B. Köpke, M.S. Schmid, M. Keijzer, & S. Dostert (Eds.), Language attrition. Theoretical perspectives. Amsterdam: John Benjamins, 2007. Pp. 135-154.

23. *Sharwood Smith M.* Understanding attrition within a MOGUL framework. In: B. Köpke, M.S. Schmid, M. Keijzer, & S. Dostert (Eds.), Language attrition. Theoretical perspectives. Amsterdam: John Benjamins, 2007. Pp. 39-52.

24. *Smolicz J.* Minority languages as core values of ethnic cultures. In:

W. Koen, J. Fase & S. Kroon (eds.), Maintenance and loss of minority languages. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 1992. Pp. 277-305.

25. *Yilmaz G., Schmid M.S.* First language attrition and bilingualism. In: D. Miller, F. Bayram, J. Rothman, L. Serratrice (Eds.), Bilingual cognition and language: The state of the science across its subfields. Amsterdam, Netherlands: John Benjamins, 2018. Pp. 225-249.

УДК 811.111:39

**«АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА»
В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ:
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН ИЛИ КУЛЬТУРНЫЙ БРЕНД?**

Савина А.А., Левина Л.М.

Нижегородский лингвистический университет
Нижний Новгород, Россия

В статье рассматривается роль концепта «Американская мечта» в американской лингвокультуре. Анализируется символическое содержание концепта (его материальная и идеальная составляющие) и его связь с американскими культурными реалиями. Особый интерес представляет периодизация эволюции концепта от его возникновения до наших дней.

Ключевые слова: лингвокультурный концепт, «Американская мечта», менталитет, национально-культурное своеобразие, эволюция.

**“AMERICAN DREAM” IN AMERICAN LINGUOCULTURE:
NATIONAL PHENOMENON OR CULTURAL BRAND?**

Savina A.A., Levina L.M.

Nizhny Novgorod Linguistics University

The article considers the role of the “American Dream” concept in American linguoculture. Symbolic content of the concept (its material and ideal components) is being analyzed as well as its connection with American cultural realia. Special attention is paid to the periodization of the concept evolution since its first usage up to now.

Key words: lingocultural concept, “American Dream”, mentality, national-cultural specificity, evolution.

Констатируя актуальность исследования концептов современными лингвистами, следует отметить жизнестойкость понятия «концепт». Исто-

ки его изучения можно проследить еще в раннем средневековье, когда Пьер Абеляр (1079-1142) рассматривал концепт, как «собрание понятий, связывающих высказывания в одну точку зрения на тот или иной предмет при определяющей роли ума, преобразующего высказывания в льнущую к Богу мысль». Концепт – это имя какого-то предмета, явления или вещи, которое четко закрепляется в сознании носителей языка – как слушающих, так и выражающих свои мысли посредством языка. Абеляр рассматривает концепт в контексте коммуникации людей друг с другом и с Богом. Хотя современное понимание «концепта» во многом повторяет это данное выше определение, следует отметить что, только в XX веке «концепт» становится объектом изучения лингвистики и смежных наук.

Первой попыткой такого применения данного термина отечественными учеными считается статья «Слово и Концепт», которая была опубликована С.А. Аскольдовым в журнале «Русская Речь» в 1928 году. Тем не менее, этот термин долго не использовался, пока некоторые когнитивисты (Павиленис, М.А. Холодная), в фокусе изучения которых были различные базисные подсистемы сознания человека, а также Д.С. Лихачев и Ю.С. Степанов, давшие термину свою интерпретацию, не вернули интерес исследователей к проблематике концепта. Однако в связи с многогранностью понятия «концепт» и его междисциплинарной принадлежностью ученые до сих пор не смогли прийти к единому определению этого центрального термина лингвокультурологии.

Для нашего исследования наиболее релевантно определение В.И. Карасика, согласно которому «концепт» (лат. *conceptus* «понятие») – сложное многомерное ментальное образование, включающее образно-перцептивный, понятийный и ценностный компоненты [3, с. 350]. Несмотря на существование универсальных концептов, имеющих ценность для всей человеческой цивилизации, каждой лингвокультуре присущи концепты, которые актуальны и значимы именно для того или иного народа и зафиксированы в большом количестве языковых единиц. Определенный набор концептов объединяет представителей конкретной лингвокультуры, их наличие в какой-то мере обеспечивает взаимопонимание между представителями одной нации, раскрывает их культурную идентичность.

«Американская мечта» – один из основополагающих общенациональных концептов представителей американской лингвокультуры. В колониальную эру, еще не сформулированный концепт «Американская мечта» подпитывался религиозными убеждениями пуритан, которые покинули Англию, спасаясь от преследований. Пуритане считали, что жизнь – это постоянная битва между добром и злом, и единственный способ добру победить зло – честолюбие и упорный труд. Религия учила, что успех на Земле приведет к наградам на небесах.

Уже позже, в «Декларации о независимости США от 4 июля 1776 года» была сформулирована идея, которая впоследствии станет основой са-

мосознания американского народа: «Мы исходим из той самоочевидной истины, что все люди созданы равными и наделены их Творцом определенными неотчуждаемыми правами, к числу которых относятся жизнь, свобода и стремление к счастью» [1, с. 25]. Впервые же понятие «Американская мечта» встречается на страницах книги «История Соединенных Штатов», опубликованной писателем и историком Генри Адамсом в 1884, однако, первое определение понятия было опубликовано Джеймсом Адамсом в его историческом трактате «Эпос Америки». Он полагал, что: «Американская мечта» – мечта о земле, где жизнь будет лучше, богаче и полнее для каждого человека, с возможностями для каждого в соответствии с его умениями и достижениями» [4, с. 404]. Трактат был опубликован в 1931 году – в период продолжительного мирового экономического кризиса, который начался в США и впоследствии получил название «Великая депрессия». Слова Дж. Адамса были направлены в первую очередь на то, чтобы поднять дух народа. Считая, что истинной целью является «высокий уровень бытия человека», он отстаивал важность осознания и сохранения ценности духовной культуры, моральных принципов и нравственных скреп американского социума. Таким образом, концепт «Американская мечта» включает религиозную, политическую и этическую составляющие. Объединив революционные идеи отцов-основателей и содержание вышеупомянутого трактата, можно сделать вывод, что позитивная роль «Американской мечты» в том, что она не только ориентирует человека на достижение личного успеха, но и движет его амбициями и желанием внести свой вклад в благополучие и успех общества в целом. Американская мечта дает возможность стремиться к собственному счастью в условиях равной и справедливой демократии. Скорее всего, эта идея больше имела отношение к идеализму, лежащему в основе американского опыта, чем к простому материальному процветанию. Это можно подтвердить словами Дж. Адамса что американская мечта – это не «...просто мечта об автомобиле и высокой заработной плате, но мечта об общественном порядке, в котором каждый мужчина и каждая женщина смогут достичь максимального роста, на который они способны от природы, и другие признают их такими, какие они есть, независимо от случайных обстоятельств рождения или положения» [4, с. 405]. Материальный комфорт, по мнению Адамса, это не самоцель, а, скорее, средство, с помощью которого возможно достичь истинной цели. В провозглашенных условиях богатства и равенства возможностей это также единственный показатель успешности: чем больше работаешь, тем большего материального благополучия достигаешь.

С течением времени, не изменяясь по сути, восприятие «Американской мечты» разнится акцентом на той из его составляющих, которая наиболее актуальна для конкретного человека и общества в целом в различные периоды их развития, актуализирует соответствующие времени жизненные ориентации. Для кого-то «Американская мечта» выражается в

форме богатства и доступа к лучшей жизни (эта концепция процветания, как правило, реализуется как возможность владеть собственным домом, стабильная работа, какие-то денежные сбережения, обеспечивающие финансовую безопасность), другие мечтают о высшем образовании (и всех благах, которые оно обеспечивает) третьи – об американском гражданстве (как о возможности жить в «стране свободных»).

Если мы попытаемся проследить, как менялось содержание концепта «Американская мечта» с образования США и до настоящего времени, мы получим следующие результаты: в XVII веке основными идеями, определяющими самосознание американского народа, были политическая и религиозная свобода и стремление к счастью; к XIX веку эти идеи были усовершенствованы до равенства возможностей для каждого в достижении лучшей жизни посредством собственных способностей, целеустремленности и трудолюбия. Позже, наполнение концепта приобретает менее абстрактный характер, сужается. Под «Американской мечтой» стали понимать равенство возможностей каждого в достижении финансового успеха (материальное благополучие), в получении образования, в доступе к медицине. В XX веке на трактовку «Американской мечты» сильно повлияло состояние Соединенных штатов Америки как великой мировой державы, лидера экономики, производства и даже технического прогресса. В первую очередь, идеалистическое ядро данного концепта активно вытеснялось материальной составляющей. В определенной степени существующая идея о «достижении хорошей жизни» как самореализации посредством тяжелой работы перешла к стремлению к роскоши, в частности, без необходимости выполнять какую-либо работу – «get something from nothing» [6, с. 16]. Во-вторых, индивидуальное благополучие стало первичным, а благополучие жителей страны и общество в целом отошло на второй план.

Эти изменения берут свое начало еще в послевоенные годы, которые стали периодом процветания для США, когда широко определенные, в некоторой степени, идеалистические и заоблачные стремления Адамса были превращены в конкретные цели. Домовладение стало основной из них, и эту цель сопровождало желание иметь автомобиль, телевизор (количество людей, в доме которых появился телевизор, между 1950-1960 годами выросло в 10 раз с 6 до 60 миллионов) и иные признаки комфорта, намерение отправить детей в колледж (количество человек, получивших 4-летнее образование в колледже увеличилось более, чем вдвое) [7]. В течение последующих десятилетий прошлого века уровень жизни в стране значительно изменился, а «Американская мечта» стала неким стандартом счастья общества потребления. Однако знаменитая речь Мартина Лютера Кинга, с которой он выступил в 1963 году, подтверждает, что мечта о свободе оставалась неотъемлемой частью «Американской мечты», понятной и близкой всем американцам идеей неприятия несправедливости. В конце XX-го и уже в XXI веке одной из кардинальных перемен американского общества

можно считать растущую этническую, языковую и религиозную неоднородность, вызванную рекордным за последние 106 лет числом иммигрантов (13,5% населения США) [2]. Связанные с этим как позитивные (отношение к дискриминации и нарушению прав личности), так и негативные (неравенство, вызванное экономической неоднородностью, снижение уровня готовности к компромиссу) изменения оказали влияние на концепт «Американская мечта». В этих обстоятельствах вновь актуализируется идеальная составляющая концепта – моральное значение труда, который приведет к успеху и богатству, как торжеству добродетели человека, который «сделал себя сам».

Однако, не все американцы уверены, что «Американская мечта», возможность реализации которой подтверждается многими историями успеха, осуществима для каждого. Опрос 2020 года среди американцев [5] показал, что чуть более половины (54%) взрослого населения США верят в реальность достижения ими американской мечты. Около трети (28%) считают, что это недостижимо для них лично, в то время как 9% полностью отказываются от самой идеи американской мечты. Учитывая национальное разнообразие и культурный плюрализм, присущий США, мнение населения также различается в зависимости от этнической принадлежности респондентов. Коренные американцы (57%), белые американцы (56%) и американцы мексиканского происхождения (53%) видят американскую мечту как достижимый идеал. Их мнение разделяет половина американцев азиатского происхождения (50%) и меньше половины афроамериканцев (45%). Показательно, что примерно один из шести (17%) афроамериканцев вообще не верит в существование американской мечты [5].

Историческое значение «Мечты» и ее влияние на жизнь каждого американца дает право называть ее определяющей характеристикой национальной идентичности страны. Соответственно, ее устойчивая роль в культуре США означает, что она является одной из главных тем и мотивов в популярной культуре в течение многих десятилетий и нашла свое отражение во многих произведениях, от романа Ф.С. Фитцджеральда «Великий Гэтсби» (несмотря на то, что это вымышленный персонаж, он уже стал портретным, собирательным образом) до голливудских фильмов. Очевидно, что господство США в мировых СМИ и транслирование своих идеалов миру ведет к распространению идеи «Американской мечты» широко за пределами государства, что приводит к глобализации данного концепта.

Во всех сферах жизни можно наблюдать проявление процесса американизации, который оказывает влияние как на отдельного человека, так и на общество в целом. В первую очередь, стоит упомянуть важнейший элемент этого влияния – язык. Известно, что английский язык признан международным языком делового общения, а его американский вариант играет доминирующую роль среди современных вариантов английского языка и во влиянии на другие языки мира. В частности, отмечается расту-

щее количество американизмов, в том числе и в русском языке. Так как язык существует в тесном взаимодействии с культурой, неудивительно, что с его распространением диссеминируются и ключевые концепты. Один из примеров, демонстрирующих процесс американизации и ведущий к глобализации рассматриваемого концепта – это мировое медиапространство. Половина мировых медиакомпаний принадлежат США, которые лидируют по производству и экспорту медиаконтента. Более того, основываясь на феномене потребления (consumerism), большая часть товаров, импортируемых по всему миру – это товары, либо произведенные в США, либо выполненные по заказу американских компаний. Тем не менее, материальные объекты, это не единственная область, в которой так ярко прослеживается процесс американизации. Это также демонстрирующиеся СМИ культурные модели, идеи и ценности на примерах реальных личностей. Избрание Барака Обамы 44 президентом США усилило глобальную привлекательность американской мечты в то время, когда Соединенные Штаты категорически отвергались во всем мире. Это событие так вдохновило Африку, что в Кении был провозглашен связанный с ним государственный праздник. Примерами из киноиндустрии могут послужить такие фильмы, как «Деловая Женщина» (демонстрация того, как усердные и трудолюбивые граждане имеют возможность достичь высокой социальной мобильности), «Уолл-стрит» (выбор между высокими нравственными и моральными стандартами и финансовым успехом, достигнутым посредством аморальных действий), а также знаменитая «Красотка» (доказывающая, что отношения людей из разных социальных классов награждают одну сторону счастьем, а другую возможностью вырваться из бедности). Рассматриваемый концепт нашел своё отражение даже в изобразительном искусстве: «Четыре Свободы» – это серия из четырех картин 1943 года американского художника Нормана Роквелла. Картины носят названия «Свобода слова», «Свобода вероисповедания», «Свобода от нужды» и «Свобода от страха». Эти четыре свободы были провозглашены президентом Франклином Д. Рузвельтом в январе 1941 года в речи «Четыре свободы», в которой они были обозначены как фундаментальные права человека, нуждающиеся в повсеместной защите. Примерами репрезентации концепта «Американская мечта» в литературе могут послужить всемирно известные произведения американских авторов, такие как «Американская Трагедия» Теодора Драйзера, «Гроздь Гнева» Джона Стейнбека и даже «Крестный Отец» Марио Пьюзо («Американская мечта» глазами эмигрантов).

Квинтэссенция «Американской мечты» жизнеспособна не первое столетие без каких-либо концептуальных изменений и, несмотря на то, что она существует в одном из самых динамично развивающихся обществ нашего времени, остается общенациональным моральным стимулом для движения вперед. Сегодня американцы возвращаются к первоначальным

идеям отцов-основателей – люди пытаются обращать больше внимания на то, что действительно имеет значение – достойная жизнь, личный вклад в общество, время с семьей и друзьями. Тем не менее, материальный аспект остается сильным компонентом. Доказательством может послужить «план Американской мечты» Хиллари Клинтон, который включал в себя домовладение, обучение в колледже, пенсионное страхование и медицинское страхование детей, а также закон о доступном медицинском обслуживании, принятый Бараком Обамой, который расширил право на медицинское обслуживание для всех американцев.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в наши дни концепт «Американская мечта» успешно комбинирует в себе материалистическое и идеалистическое начала. Он остается одной из самых уникальных краеугольных американских идей – главный смысл которой продолжает заключаться в том, что любой человек должен иметь возможность следовать своим мечтам и способен построить жизнь, которую он хочет иметь, если он будет на это работать. Несмотря на то, что трактовка концепта «Американская мечта» соотносима с ситуацией в обществе в конкретный период его развития, она сохраняет основную идею и остается неотъемлемой частью американского самосознания и мощным стимулом развития США.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Декларация независимости* // Бэррес Р.Т. Документы Американской Революции. Декларация независимости. Конституция Соединенных Штатов. Билль о правах: Перевод с английского / Пер.: Бжилянская И.А., Рыбин П.В. М., Тверь: Альба, Рос. экон. журн., 1994. – С. 6-35.

2. *Доля иммигрантов в США достигла рекордного уровня.* 18.10.2017. Завтра. События. URL: https://zavtra.ru/events/dolya_immigrantov_v_ssha_dostigla_rekordnogo_urovnya (дата обращения 05.10.2021).

3. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. – 390 с.

4. *Adams J.T.* The Epic of America. Boston: Little, Brown, and Company, 1931. 443 p.

5. *Ballard J.* In 2020, do people see the American dream as attainable? URL: <https://today.yougov.com/topics/politics/articles-reports/2020/07/18/american-dream-attainable-poll-survey-data> (дата обращения 05.10.2021).

6. *Cullen J.* The American dream: A short history of an idea that shaped a nation. Oxford: Oxford University Press, 2003. x, 214 p.

7. *Rethinking the American Dream.* URL: <https://www.vanityfair.com/culture/2009/04/american-dream200904> (дата обращения: 05.10.21).

АНГЛИЦИЗМЫ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Салямова К.А., Николаева Е.В.

Российский Государственный Университет им. А.Н. Косыгина
Москва, Россия

Статья посвящена проблемам англоязычных заимствований в русском языке, в частности в экономической терминологии. В статье рассматриваются причины большого количества заимствований. Также приводится анализ англицизмов в экономической лексике, включая заимствования в области бизнеса, маркетинга и финансов.

Ключевые слова: англицизмы, лексические заимствования, экономическая терминология, глобализация, русский язык.

ANGLICISMS IN THE RUSSIAN ECONOMIC TERMINOLOGY

Salyamova K.A., Nikolaeva E.V.

The Kosygin State University of Russia

The article is devoted to the problems of English borrowings in the Russian language, in particular in the economic terminology. The article discusses the reasons for the large number of borrowings. It also presents an analysis of anglicisms in the economic vocabulary, including borrowings in the field of business, marketing and finance.

Key words: Anglicism, loan words, lexical borrowings, economic terminology, globalization, Russian language.

No sphere of human activity has remained untouched by the process of globalization. In particular, in the economic sphere, globalization has made its own adjustments. Due to development of international trade, different countries enter world markets, creating a global market economy and as a result there is a rapprochement of cultures, various economic processes.

Along with human civilization, the main means of communication of people, the language, is developing. It should correspond to the current society, improve, and meet the newest demands. Like all other languages, the Russian language undergoes periodic changes, which are primarily noticeable in the vocabulary, in particular loan words from other languages. Nowadays, the largest number of words is borrowed from English.

The Linguistic Encyclopedic Dictionary defines borrowing as “an element of a foreign language (word, morpheme, syntactic construction, etc.) transferred

from one language to another as a result of language contacts, as well as the process of transition of elements of one language to another” [4].

Anglicisms are borrowings from the English language. Their penetration into the Russian language began a long time ago, but in small quantities, compared to the present time. Since the 1990s, the process of penetration of anglicisms in the Russian language has gained momentum. Such international trends as globalization and the creation of the global market economy have helped this process. The constant and active use of anglicisms suggests that they are firmly entrenched in the Russian vocabulary. Having rooted in the new soil they acquired, on the one hand, some new connotations, and, on the other hand, deepen semantic intersections with the Russian analogues [5].

There are many reasons for borrowing; two main groups can be distinguished as:

1. **external** (non-linguistic), which are caused by various connections (economic, political, etc.) with native-speaking countries. The conclusion of contracts and agreements brings with them a new foreign language terminology, for example, ‘брокер’ (from the English *broker*). It is also caused by the desire of the state to create a unified international terminology ‘бизнес’ for ‘entrepreneurship’ (from *business*), ‘бизнесмен’ for ‘entrepreneur’ (from *businessman*), ‘гонорар’ for ‘fee’ (from *honorarium*) [6];

2. **internal** (intra-linguistic), which are determined by the tendency of native speakers to expand their understanding of the specified subject, event: ‘бартер’ (from the English *barter*) for the natural commodity exchange without monetary payment, демпинг (from *dumping*) – sale of goods at artificially low prices [6]. Besides, internal reasons are due to the development of the economy, the transition to a market economy, which brought such terms as ‘ваучер’ (from *voucher*), ‘дефолт’ (from *default*), etc. that appeared in the Russian language in the early 1990s.

According to the opinion of the Russian linguist L.P. Krysin, in different periods of time people reacted differently to the influence of external relations on their language. For example, in the middle of the 20th century, there was a critical reaction to foreign-language terms that seemed completely alien to the people, but by the end of the century, a positive attitude to the influence of external parties, in particular, to the borrowing of foreign words, had developed [3, p.12].

Economics is a large-scale branch of knowledge that studies economic activity, its laws and concepts. In this regard, there was a need for the formation of general thematic groups of anglicisms, among which the following can be distinguished [1]:

1. The names of professions (‘менеджер’ from *manager*, ‘мерчендайзер’ from *merchandiser*, ‘дилер’ from *dealer*, etc.).

The position of a ‘мерчендайзер’ (from *merchandiser*) began to be used to define a job of a person representing a manufacturing or trading company in

retail chains [7];

2. Variable banking business terms: *charter*, *monitoring*, *investment*, *dollar*, *transaction*, *invoice*, etc.

3. The types of state and commercial organizations: 'консалтинг' from *consulting*, 'холдинг' from *holding*, 'фонд' from *fund*, etc.

'Консалтинг' from the English *consulting* means consulting on a wide range of issues of economic activity. This concept reflects the activities of firms whose services consist in market research and forecasting, as well as the development of marketing programs [2, p. 328]. 'Холдинг' from the English *holding* (owning), or 'холдинговая компания' denoted "a corporation, a company owning a controlling stake in various companies and thus exercising control over their activities; holding; holding company" [8, p. 863].

4. The types of business activity and diverse economic programs: 'аутсорсинг' from *outsourcing*, 'аутплейсмент' from *outplacement*, 'аутрайт' from *outright*, etc.

The word 'аутплейсмент' from the English *outplacement*) meaning part of the program of support for dismissed employees (assistance in finding a new job) has already penetrated into the professional language of specialists, in particular Russian, for working with personnel [2, p. 98].

5. The names of securities and currencies: 'варрант' from *warrant*, 'евробонд' from *Eurobond*, 'фьючерсы' from *futures*, etc.

However, not in all cases there is a Russian equivalent of the English-language concept. Thus, one of the difficulties of translation in economic sphere is the search for a complete, suitable analogue in Russian [7].

Summing up, we can say that the vocabulary of the Russian language in the economic sphere is currently growing due to the intensified process of borrowing specific terms [9].

Currently, lexical borrowing is one of the sources of the supplement of the economic dictionary in the Russian language. Thanks to this, there is an effective use of language in international communication and information exchange.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиева В.Н. Заимствованные экономические термины в лексической системе современного русского языка // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2010. – Т. 23 (62). – № 3. – С. 191-195.

2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – Изд. 2-е. – М.: Книжный мир, 2008. – 860 с.

3. Крысин Л.П. Слово в современных текстах и словарях: очерки о русской лексике и лексикографии. – М.: Знак, 2008. – 320 с.

4. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. редактор В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 682 с.

5. Николаева Е.В. Иноязычные фразеологизмы как элементы кросс-

культурных коммуникаций // Иностраный язык в дискурсе моды: образовательные технологии и лингвокультурные исследования. Сборник научных трудов. – М., 2015. – С. 97-101.

6. *Рузметов С.А.* Об иноязычных заимствованиях в экономической лексике современного русского языка // Молодой ученый. – 2015. – № 3 (83). – С. 967-969. – URL: <https://moluch.ru/archive/83/15481/> (дата обращения: 02.10.2021).

7. *Сигидов Ю.И., Кочкина В.П.* Англоязычное заимствование в русской экономической терминологии // Вестник Академии знаний. – 2019. – №30 (1). – С. 144-147.

8. *Словарь* новейших иностранных слов (конец XX – начало XXI в.). – М., 2009. – 944 с.

9. *Тихонова А. Н., Яруллина А.Ш.* Англоязычные заимствования в экономической лексике русского языка // Казанский вестник молодых ученых. Педагогические науки. Лингвопедагогика. – 2018. – № 3(6). – С. 165-168.

УДК 81`246.2

ЯЗЫКОВОЕ КОНТАКТИРОВАНИЕ: БИЛИНГВИЗМ, ПОЛИЛИНГВИЗМ, ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ

Сатибалдиев Э.К.

Узбекский государственный университет мировых языков
Ташкент, Узбекистан

В статье рассматривается проблема взаимодействия и взаимовлияния языков, в результате которых рождаются креольские языки, пиджины, обслуживающие определенные социальные слои населения. Контактное взаимодействие языков порождает речевую интерференцию, которую следует рассматривать и с позиции теории девиации. Она не только является нарушением, то есть выходом из нормы, но и выдвиганием новых или интерпретированных смыслов в содержании высказывания, текста.

Ключевые слова: языковое контактирование, билингвизм, полилингвизм, пиджин, креольские языки, интерференция.

LANGUAGE CONTACT: BILINGUALISM, POLYLINGUALISM, INTERFERENCE

Satibaldiev E.K., trainee teacher

Uzbek State University of World Languages
Tashkent, Uzbekistan

The article examines the problem of interaction and mutual influence of languages, which result in the appearance of creole languages and pidgins, serving to certain social strata of the population. Language contact generates speech interference, which should be considered from the standpoint of the theory of deviation. It is not only a violation, that is, a deviation from the norm, but also the advancement of new or interpreted meanings in the content of a statement, a text.

Keywords: language contact, bilingualism, polylingualism, pidgin, Creole languages, interference

Научно-технический прогресс открывает все новые возможности, виды и формы общения, главным условием эффективности которых являются взаимопонимание, диалог культур, терпимость, и уважение к культуре партнеров по коммуникации. Культурный код передается из поколения в поколение. Будучи обширным понятием, культура являет собой не только ее материальное воплощение, т.е. произведения искусства, орудия труда, одежду, и т.д., но и нематериальные понятия вроде обрядов, элементов быта, обычаев и мировосприятия. Они носят в себе этническую специфику, что делает их характерными определенной народности. В связи с этим встает ряд вопросов о том, каким образом выражается связь культуры и языка и каковы результаты их контактирования. Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров в работе «Язык и культура», пишут, что: «Дело в том, что даже владея одним и тем же языком, люди не всегда могут правильно понять друг друга, и причиной часто является именно расхождение культур» [5]. Заложённая в неродном языке культура накладывает свой отпечаток на проникающего в его изучение индивида. Следовательно, на родной язык и культуру накладывается и культура изучаемого языка, а для беспрепятственной коммуникации заимствуются понятия и слова, свойственные неродному мышлению.

Языковой субстрат – это влияние языка коренного населения на чужой язык. Обычно это происходит при переходе населения с первого на второй в результате завоевания, этнического поглощения, культурного преобладания и т. д. [1]. При этом местная языковая традиция обрывается, народ переключается на традицию другого языка, но в новом языке проявляются черты языка исчезнувшего. Языковым же суперстратом называются следы языка пришельцев в составе языка коренных жителей, как пример – влияние языка нормандских завоевателей на английский язык начиная с XI века. Как разновидность суперстрата можно выделить адстрат – ситуацию, когда язык пришельцев влияя на язык аборигенов, сохраняется в качестве соседнего языка.

Понятие «билингвизм» происходит от двух латинских слов: *bi* – «двойной», «двоякий» и *lingua* – «язык». Таким образом, билингвизм – это способность владения двумя языками. Отсюда, билингв – человек, кото-

рый владеет двумя языками. Знание более двух языков – это многоязычие, другими словами полилингвизм [3; 6]. Иначе говоря, двуязычием называют способность владения двумя языками на уровне носителя. Различают следующие его типы: ранний и поздний билингвизм, аддитивное и субтрактивное двуязычие, а также пассивное двуязычие. В зависимости от возраста, в котором происходит усвоение второго языка, различают билингвизм ранний и поздний. С точки зрения оценки влияния билингвизма, У. Ламберт [15] отмечал, что он может быть как положительным (аддитивный билингвизм – возникающий в основном во время изучения иностранного языка в школе и наблюдается, если занятия у учащихся проходят на родном языке, а второй язык изучается попутно лишь добавляя новые знания, не вытесняя первый язык), так и отрицательным (субтрактивный билингвизм – проявляется, когда человек вынужден использовать целевой язык, оказавшись в реалиях другой страны и чуждой ему культуры). Это зависит от условий, в которых происходит взаимодействие двух языков. Пассивным же двуязычием является «вид билингвизма, при котором индивид, владеющий вторым языком, понимает его, но синтезировать текст на данном языке он не может» [11, с. 175]. Примером тут могут послужить дети, адекватно отвечающие на русском языке, при обращении к ним по-узбекски. При этом они могут попасть под влияние пассивного билингвизма, поскольку в данном случае наблюдается ухудшение их владения устным узбекским языком.

Л.В. Щерба [14], объясняя билингвизм, выделяет два его полярных состояния: чистое и смешанное двуязычие. Первый случай – есть независимое существование в сознании билингва двух языковых систем, тогда как второй обозначает взаимосвязанность соотносящихся по смыслу элементов контактирующих языков. Смешанное двуязычие подразделяется на автономный и параллельный виды: при автономном языке усваиваются субъектом без последовательного соотнесения их между собой, при параллельном билингвизме овладение одним из языков происходит с опорой на овладение другим языком. Серова Т.С. [13] предлагает классифицировать билингвизм, принимая во внимание не только соотношение языковых систем (субординативный, с наличием доминантного языка, на котором человек думает; и координативный билингвизм – одинаковый уровень владением обоими языками), но и по наличию речевой среды использования второго языка: контактное двуязычие, которое проявляется при контактировании билингва с носителями языка, и неконтактное – когда такого рода контактирование отсутствует.

Существуют отдельные группы языков (креолы и пиджины – называемые также контактными), возникшие в результате необходимости нахождения взаимопонятных способов коммуницирования в условиях, к примеру, делового общения, когда поставленную задачу невозможно было решить посредством жестов, а других средств, в силу разности языков, для

передачи идеи не наблюдается. Выходом из подобного рода ситуации стало создание «вспомогательного смешанного языка с крайне ограниченным словарем и минимальной, неустоявшейся грамматикой» [2, с. 80]. Пиджином называют язык, появившийся в отсутствие иных способов межэтнического общения. Характеризуется ограниченным набором слов, не устоявшейся грамматикой, минимумом выполняемых им функций, отсутствием этнической базы носителей. Пиджины возникают обычно на фоне завоеваний, торговой экспансии или массовых миграций. На сегодняшний день насчитывается больше полусотни пиджинов. Распространены они преимущественно в Юго-Восточной Азии, Океании, Африке, в бассейне Карибского моря.

В чем отличие между пиджином и креольским языком, если оба понятия обозначают результат языкового контактирования? Креольский язык, в противовес пиджину, имеет развитую, отличающуюся от вступивших во взаимосвязь языков, грамматику, что делает его функционирующим. К тому же возникает он не вследствие делового общения, а среди нового поколения носителей, и является для них родным, ибо был приобретен в раннем возрасте. Характерной чертой пиджинов и креолов является их низкий статус, проявляющийся даже в случае их доминации среди населения. В процессе моновливания или взаимовливания языков, порождает креольские языки, пиджины, наблюдается сильная девиация (нарушение нормы, выход из нормы) [9; 10], что становится новой речевой нормой для их носителей. Это охватывает разные жанры устных и письменных текстов, в которых нередко изменяется и выдвигание смысла. При пиджинизации зачастую возникает диглоссия – применение разных форм языка (или в нашем случае – языков) в различных функциональных сферах. Иначе говоря, один язык («высший») будет выполнять все «важные» функции: государственное управление, образование и «высокая» культура (включая художественную литературу). «Низший» язык – в нашем случае пиджин или креольский язык – будет использоваться для других функций, связанных с общением в семье [12].

Особенности языка, его современное состояние связаны не только с путями развития языка, но и с историей народа, который является его носителем. Узбекский язык является ярким тому доказательством. На протяжении многих веков сменялись не только правящие династии, но и современные им культурные веяния. История Узбекистана помнит завоевательные походы персидского царя Кира, Александра Македонского, Чингиз Хана. Соответственно, развитие узбекского языка тесно связано со взаимодействием этническими племенами тюрков, населявшими территорию Средней Азии с их культурой. С начала VIII в., с покорением региона арабами, официальной формой общения становится арабская речь. Однако стоит отметить, что арабский был в основном языком духовенства, что было связано с распространением новой для региона религии, тогда как мно-

гочисленные кочевые тюркские племена данной территории и соседнего Дашт-и-Кипчака осуществляли общение на прежнем разговорном наречии этих племен. Смешение древнеиранского населения с тюркскими племенами в период с X по XV вв. привело к постепенному складыванию собственно узбекского этноса. Этот процесс заметно усилился в период монгольского завоевания Средней Азии (XIII в.) [4].

Следующая стадия датируется XI-XIX веками, в течение которых узбекский язык развивался под влиянием многих соседних языков. Стоит отметить, что неоценимый вклад в его формирование был внесен великим литературным и политическим деятелем – Алишером Навои. В такой форме он использовался до рубежа 19-го столетия без изменений. В свою очередь, с конца XIX века и до периода независимости огромное влияние на дальнейшую трансформацию языка оказало нахождение Узбекистана сначала в составе Царской России, а в последствии в составе СССР. Таким образом, узбекский язык впитал в себя элементы многих языков и литературных традиций. Сложная и интересная история региона породила самобытный язык, созданный на основе иранского согдийского языка и языка кочевых тюркских племен евразийских степей. Поэтому в узбекском языке большое количество арабизмов, фарсизмов, которые заимствованы и функционируют во всех сферах социальной деятельности узбекского общества. Это резко отличает его от других тюркских языков, в которых сохранен и доминирует древнетюркский и современный тюркский языковой материал.

В самом простом определении языковой контакт – это одновременное использование нескольких языков в одном и том же месте. Контактивание языка порождает фацитацию и интерференцию. Второе принципиально отличается от первого, появляющегося в результате длительного контакта двух и более языков [7; 8]. Важным аспектом интерференции является степень владения говорящим родным и иностранным языком. Предполагается, что она имеет разную степень интенсивности в разных социальных группах. В речи группы, свободно владеющей иностранным языком, интерференция менее выражена. И наоборот, степень интерференции у индивидов слабо владеющих вторым языком сильная.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абаев В.И.* О языковом субстрате. // Доклады и сообщения Института языкознания АН СССР. 1956, т. IX. С. 68.
2. *Беликов В.И., Крысин Л.П.* Социоллингвистика. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. – 315 с.
3. *Белянин В.П.* Психоллингвистика. – М.: МПСИ, 2003. – 232с.
4. *Васильева М.А.* Формирование узбекского языка и этногенез узбекского народа. Московский политехнический университет, урбанистики и горного хозяйства, 2017.

5. *Верещагин Е.М., Костомаров В.Г.* Язык и культура, М: Индрик, 2005. – 1040 с.
6. *Джусупов М.* Билингвизм и полилингвизм с участием тюркского, арабского, персидского языков // *Филология и современность.* Вып 4. Сборник научных трудов. – Ташкент: УзГУМЯ, 2013. С. 29-37.
7. *Джусупов М.* Звуковые системы русского и казахского языков. Слог. Интерференция. Обучение произношению. Ташкент: Фан, 1991. 241с.
8. *Джусупов М.* Речевая интерференция как результат двуединого отрицательного воздействия // *Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика.* 2021.
9. *Джусупов Н.М.* Языковая девиация как особый тип выдвижения: обще-лингвистический и лингвостилистический аспекты // *Вестник КГУ им. Ш. Уалиханова. Серия филологическая.* – 2018. – № 1(2). – С. 54-58.
10. *Джусупов Н.М.* Языковая девиация как результат лингвокреативного процесса в художественном тексте: монолингвальный и транслингвальный аспекты // *Би-, поли-, транслингвизм и языковое образование. Посвящается нашим Учителям: Материалы IV Международной научно-практической конференции под эгидой МАПРЯЛ (Москва, РУДН, 7–8 декабря 2018 г.).* – Москва: РУДН, 2018. – С. 39-43.
11. *Жеребило Т.В.* Термины и понятия лингвистики: Общее языкознание. Социоллингвистика: Словарь-справочник. – Назрань: Пилигрим, 2011. – 280 с.
12. *Михеева Н.* Пиджины и креольские языки: перспективы развития. Полилингвильность и транскультурные практики. – 2014. - № 2. – С. 5-9.
13. *Серова Т.С.* Сбалансированный билингвизм и механизм языкового переключения в устной переводческой деятельности в условиях диалога языков и культур. *Язык и культура.* – 2010. – № 4(12). С. 44-56.
14. *Щерба Л.В.* Языковая система и речевая деятельность. – Л., 1974. – С. 313-318.
15. *Lambert W.E.* Culture and language as factors in learning and education. *Cultural Factors in Learning and Education / F. E. Aboud, R. D. Meade (eds.).* Bellingham, WA: Western Washington State University, 1974, pp. 91-122.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТА «КРАСНЫЙ» В АНГЛИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Сизова О.С.

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина
Рязань, Россия

В данной статье рассматривается культурная семантика фразеологизмов на основе лексемы «красный» в разных языковых культурах. Фразеологизмы являются неотъемлемой частью каждого языка. Проводился сравнительный анализ фразеологизмов в английском, немецком и русском языках для того, чтобы выявить особенности, на которые стоит обратить внимание при переводе данных выражений.

Ключевые слова: фразеологизмы, фразеологические сочетания, ценность фразеологизмов, английский язык, немецкий язык, русский язык.

PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE COLOR COMPONENT “RED” IN ENGLISH, GERMAN AND RUSSIAN

Sizova O.S.

Ryazan State University named after S.A. Esenin
Ryazan, Russia

This article considers such a linguistic phenomenon as phraseological units. Phraseological units are an integral part of every language. A comparative analysis of phraseological units in English, German and Russian was carried out in order to identify the features that should be paid attention to when translating these expressions.

Keywords: phraseological units, phraseological combinations, the value of phraseological units, English, German, Russian.

Фразеология (греч. *phrasis* – “выражение”, *logos* – “учение”) – раздел языкознания, изучающий устойчивые выражения в языке. Эти устойчивые выражения основаны на минимальных языковых знаках – лексемах. Изучением фразеологизмов занимались такие ученые как В.В. Виноградов, В.Н. Телия, Н.М Шанский и другие.

Фразеологизмы – это несвободные сочетания слов, обладающие целостным лексическим значением, используемые для называния отдельных предметов, признаков, эмоций и чувств, свойств и черт характера, явлений, ситуаций и действий. Фразеологизмы используются как готовые речевые

единицы [3, с. 145].

Подобно идиомам, фразеологические единства семантически неделимы, их грамматические формы строго определены. Также большинство фразеологизмов имеет строго определенный порядок слов. Фразеологизмы всегда сложные по составу, то есть состоят из двух или более слов и в большинстве случаев имеют постоянный состав, то есть в составе фразеологизма нельзя заменить слово. Помимо этого, в состав большинства фразеологизмов нельзя включать какие-либо другие слова, это также устойчивое словосочетание, значение которого не берётся из значений составляющих его компонентов [4, с. 21].

Возьмем для анализа фразеологизмы с цветовым компонентом «красный» из английского и немецкого языков, так как они относятся к романо-германской ветви, и сравним с русским языком.

Красный цвет, кричащий, будоражащий, вызывающий прилив эмоций, самый теплый оттенок в цветовой палитре. Для людей, говорящих на английском языке, красный цвет символизирует страсть, революцию, любовь и чувства [6, с. 147]. У людей, говорящих на немецком языке, этот цвет ассоциируется с жизнью, огнем, страстью, торжеством, свободой, революцией [12, с. 263]. В то время как у людей, говорящих на русском языке, красный цвет ассоциируется с огнём, жизнью, совершенством. Огонь олицетворяет солнце и, следовательно, наделен теми же функциями. Это символ совершенства и здоровья. Символ защиты от всего дурного [7, с. 695]. Как мы видим, красный цвет имеет практически одинаковое значение в трех языках, но с разными смысловыми оттенками.

Рассмотрим использование цвета на основе символического значения. В английском языке реализуются в основном такие символические значения фразеологизмов с компонентом цвета «red», которые символизируют огонь, активное мужское начало, войну, агрессию, опасность, импульс, эмоции, страсть, жизненную силу, здоровье и молодость [5, с. 29].

- «Red blood» – физическая сила; мужество, смелость;
- «Red cock» – «красный петух», пожар;
- «As red as a cherry (as a rose)» – кровь с молоком, румяный, с румянцем во всю щеку;
- «As red as a lobster» – красный, как рак;
- «To get/ have a red face» – смущенный, покрасневший;
- «To catch (take) smb. red-handed» – застать кого-либо на месте преступления, захватить кого-либо с поличным;
- «Red as a beetroot (red as a beet)» – красный как свекла, красный как рак;
- «A red letter day» – красный день календаря; памятный день, праздник [10, с. 193].

Красный цвет также является геральдическим цветом. На знаменах он может символизировать бунт, борьбу, революцию, сопротивление и не-

зависимость. Отражение этого значения можно увидеть на следующих примерах фразеологизмов:

- «Red Army» – Красная Армия;
- «Red box» – красный чемоданчик у представителей британского правительства;
- «Red coat» – красный мундир (прозвище солдат британской армии) [6, с. 9].

Семантика цветоименования «rot» характеризуется полярными значениями: с одной стороны, красный цвет – это жизнь, энергия, полнота проявлений чувств, любовь, эмоции: символический цвет любви – красный (обратим внимание на традиционное оформление подарков на День Святого Валентина в немецко-говорящих странах).

Значение красного цвета может быть связано и с чисто физиологической реакцией организма (из-за стыда или смущения), а с другой – с психологическим признаком, ассоциирующимся с чем-либо недостойным, неприличным, безнравственным, позорящим:

- «rot anlauen» – покраснеть от смущения;
- «einen roten Kopf bekommen» – побагроветь от стыда, смущения, гнева. [1, с. 437]

Кроме того, с красным цветом ассоциируется ненависть, боль, кровь: примета многих революций – тоже красный цвет, а революция – это часто кровопролитие и борьба, заканчивающаяся смертью [8, с. 43]. Помимо этого, он является отсылкой к коммунистам, с принадлежностью к левым партиям:

- «Rot Front!» – (ист.) Рот фронт! (приветствие немецких коммунистов);
- «rote Literatur» – марксистская литература;
- «das rote China» – коммунистический Китай.

Также красный цвет традиционно сопоставляется с яростью:

- «rot sehen» – впасть в ярость;
- «es war ihm rot vor den Augen» – ярость ослепила его;
- «ein rotes Tuch für j-n sein» – быть красной тряпкой для кого-либо;
- «rot weinen» – сильно плакать [11, с. 31].

Рассмотрим использование цвета на примере русской культуры. В русском языке реализуются в основном такие символические значения фразеологизмов с компонентом цвета «красный», которые связаны с молодостью и красотой [9, с. 72]. Например:

- «красная девица» – красивая девушка;
- «красный молодец» – красивый парень.

Также положительный оттенок красного цвета можно увидеть в следующих фразеологизмах:

- «красное солнышко» – говорят о великом человеке;
- «красное сердце» – говорят об искреннем, откровенном человеке;

• «долг платежом красен» – когда долг возвращен полностью и в срок [2, с. 49].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод: фразеологизмы с прилагательными цвета имеют как положительные, так и отрицательные смысловые значения. В английском, русском и немецком языках по своей семантике фразеологизмы могут совпадать полностью, частично и не совпадать совершенно. Несмотря на приблизительно одинаковое количество фразеологизмов с компонентом «красный цвет» в немецком и английском языках, диапазон значений, в которых употребляется красный цвет в немецком языке значительно шире, чем в английском. Например, употребление компонента «красный цвет» в значениях левых партий или коммунистов является особенностью немецкого языка и не имеет параллелей в английском. Совпадение в значениях компонента «красный цвет» прослеживается в фразеологизмах, обозначающих негативные качества людей (ярость, злость), неопытность, наивность и умение хорошо выращивать растения. Только в русском языке «красный цвет» отражает положительный оттенок чувств и внешности в целом, а не только ее часть, связанное с любовью.

Языковая картина мира каждого народа влияет на формирование различных лексических единиц, в том числе фразеологизмов, в особенности фразеологизмов с компонентом «цвет» в составе, поскольку и сами фразеологизмы, и цвет одинаково сильно связаны с восприятием окружающего мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бинович Л.Э., Гришин Н.Н.* Немецко-русский фразеологический словарь. – М.: Русский язык, 1975.
2. *Бирих А.К., Мокиенко В.М.* Словарь русской фразеологии. Историко-этимологический справочник. – СПб.: Фолио-Пресс, 1999.
3. *Виноградов В.В.* Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М., 1977. – С. 140–161.
4. *Гумбольдт В.* Избранные труды по языкознанию. – М.: издательская группа «Прогресс», 2000. – 400 с.
5. *Кунин А.В.* Фразеология современного английского языка. – М.: Международные отношения, 1972. – 288 с.
6. *Кунин А.В.* Курс фразеологии современного английского языка: [Учеб. для ин-тов и фак. иностр.яз. – 2-е изд, перераб. – М.: Высшая школа, Дубна: Изд.центр «Феникс», 1996. – 381 с.
7. *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. – М.: «Русский язык», 1990.
8. *Телия В.Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурный аспекты. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
9. *Шанский Н.М.* Фразеология современного русского языка. – М.:

Высшая школа, 1985. – 160 с.

10. Cambridge International Dictionary of Idioms. Cambridge: United Kingdom at the University Press, 2002.

11. *Duden*. Das Stilwörterbuch: Grundlegend für gutes Deutsch. Dudenverlag, 2001.

12. *Duden*. Richtiges und gutes Deutsch. Dudenverlag, 1997.

УДК 81

БЛОГЕР АМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ПРЕДСТАВИТЕЛЬ СВОЕЙ НАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНСТАГРАМ-АККАУНТА ОЛИВИИ РОДРИГО)

Синеглазова С.А., Амурская О.Ю.

Казанский (Приволжский) федеральный университет
Казань, Россия

Статья посвящена изучению того, как принадлежность человека к той или иной нации проявляется в его устно-письменной речи в социальных сетях. Американская нация, как и многие другие, имеет свои культурные, языковые особенности и коммуникативное поведение, которые находят отражение в аккаунтах представителей данной страны и культуры. Такие особенности выражаются на нескольких уровнях: на уровне знаков, слов и синтаксиса. Данное исследование посвящено изучению Инстаграм-блога Оливии Родриго как представителя американской нации. Актуальность работы связана с большим ростом интереса к Инстаграм-дискурсу и социальным сетям в целом. Оливия Родриго является всемирно известной певицей, которая делится своими впечатлениями и новостями в социальной сети Инстаграм. Проведя исследование ее постов, мы пришли к выводу, что в ее аккаунте представлены разнообразные параграфемные средства, особая лексика и синтаксис. В ее Инстаграм-дискурсе присутствуют различные примеры редупликации, усечения, свойственные представителю американской культуры.

Ключевые слова: Инстаграм, дискурс, блогер, американская культура, аккаунт, параграфемные средства.

A BLOGGER OF AMERICAN CULTURE AS A REPRESENTATIVE OF THE NATION (BASED ON THE MATERIAL OF OLIVIA RODRIGO'S INSTAGRAM ACCOUNT)

Sineglazova S.A., Amurskaya O.Y.

Kazan (Volga Region) Federal University

The article is devoted to the study of how a person's belonging to a particular nation is manifested in his/her written speech in social articles. The American nation, like many others, has its own cultural, linguistic features and communicative behavior, which are reflected in the accounts of representatives of this country and culture. Such features are expressed at several levels: at the level of signs, words and syntax. Our research is devoted to the study of Olivia Rodrigo's Instagram blog as a representative of the American nation. The research is relevant due to the great growth of interest in Instagram discourse and social networks in general. Olivia Rodrigo is a world-famous singer who shares her impressions and news in the social network Instagram. We conclude that her posts contain a variety of para-graphic tools, special vocabulary and syntax. In her Instagram discourse there are various examples of reduplication, truncation, characteristic of a representative of American culture.

Key words: Instagram, discourse, blogger, American culture, account, paragraphemic tools.

Америка является одной из самых влиятельных и развитых стран в мире. Ее народ считает свою страну лучшей, любит ее, гордится своим правительством и поддерживает его, потому что американскому народу свойственно чувство оптимизма, веры в светлое будущее и надежды на хорошее. Сами американцы стараются быть нетипичными, показать свою оригинальность, но это у них не всегда получается, потому что каждый из них неосознанно следует советам из телевизионных передач [1, с. 43].

Оливия Родриго является американской актрисой и певицей. Ее Инстаграм-аккаунт насчитывает 18 миллионов подписчиков. Нами были исследованы 30 постов О. Родриго за период с 2 июня 2021 года по 13 октября 2021 года. В своем блоге она делится новостями, связанными прежде всего с ее музыкальной деятельностью, с ее коллегами-певцами и т.д. Лишь некоторое число постов, 10 % от общего количества, в аккаунте певицы посвящено ее друзьям и семье. Данный факт выделяет ее черту как представителя американской культуры, которой является приоритет деловых отношений перед личными.

Желание выделиться, показать себя, свою индивидуальность [2; 3], которое также является одной из самых характерных черт американской культуры, присуще и Оливии. Это можно наблюдать в ее Инстаграм-аккаунте. В своих постах она использует большое количество параграфемных средств, таких как смайлики, капитализацию, восклицательные знаки («more from the met. truly one of the best nights of my life omg!!!!»), «my first vmas!!!!», «EVERYONE GET VAXED IT'S SO IMPORTANT♥»).

При этом стоит отметить, что смайлики занимают главную роль в ее Интернет-коммуникации, поскольку в 83% ее постов она использует их для выражения своих эмоций, а также для передачи увиденного за день. Выбор актрисой смайликов довольно необычен, что опять же наталкивает

на мысль о неординарном мышлении и стремлении каждого американца быть индивидуальностью. Так, Оливия использует не только привычные сердечки-смайлики, но и смайлик, который представляет собой человеческое сердце. При этом смысл, который она вкладывает в оба символа, остается одним – выражение любви и признательности по отношению к ее фанатам («feelin so excited and grateful 🍷🤔🍷🍷🍷»).

Капитализация, редупликация и использование несколько восклицательных знаков подряд также является отражением особенности американского народа – экспрессивности. Американцы не боятся и не стесняются выражать свои эмоции, говорить о моменте, когда она счастливы или делиться своим восторгом и радостью. Оливия Родриго поступает именно так. В одной посте о том, как она сходила на премию-концерт, она пишет: «SHES HAVING A REALLY GOOD TIME». Таким образом она показывает, что ей весело, она в хорошем расположении духа. Редупликация также играет большую роль в выражении ее эмоций: «so so so grateful», «rilly rilly love u».

Особенности американской культуры выражаются не только на уровне параграфемных средств, но и на уровне лексики и синтаксиса. Как известно, американские социальные сети, так же как и российские, используют свои сокращения для экономии пространства и времени написания поста. Такая особенность перешла в Инстаграм из Твиттера, поскольку в той социальной сети можно написать пост длиной только 280 символов. Так Оливия часто использует такие лексические единицы, как «omg» (Oh my God), «thx» (Thanks), «prom party» (Promotion party), «tmrw» (Tomorrow), «@» (at), «rilly» (Really), «fav ppl» (Favorite people), «obvs» (Obviously). Особенностью синтаксиса является усечение подлежащего и вспомогательного глагола, но смысл высказывания от этого не теряется: «[It's] been the coolest experience, «[I've] had the best time ever making this», «[I'm] feelin[g] so excited and grateful». Кроме того, О. Родриго использует и усечение слов «you», «your» – «u», «ur» соответственно. Данные черты являются типично американскими, поскольку их язык всегда тяготеет к облегчению.

Кроме того, как истинный представитель своей нации Оливия Родриго говорит о посещении Белого Дома, встречи с Президентом и Вице-президентом и о важности вакцинации от COVID-19, призывая всех вакцинироваться: «had the absolute honor of visiting the White House today and chatting... about the importance of getting vaccinated! even if you are young and not immunocompromised, getting your covid vaccination is the best thing you can do for your health and your loved ones' health... thank you to everyone who has done their part in helping end this pandemic and thank you to President Biden, Vice President Harris, Dr. Fauci, and everyone at the White House for having me. EVERYONE GET VAXED IT'S SO IMPORTANT». В данном посте она также использует сокращение слова «vaccinated» («vaxed») и капитализацию, которые являются особенностью американской языковой

культуры. Проведя исследование Инстаграм-аккаунта Оливии Родриго, мы пришли к выводу, что она, безусловно, является ярким представителем своей нации. У нее есть все черты патриота, которые присущи именно американцам. Она использует синтаксические, лексические единицы и параграфемные средства, которые являются отличительными особенностями социальных сетей именно ее культуры.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Американский характер и коммуникативное поведение// Очерк американского коммуникативного поведения/ Под ред. И.А. Стернина. – Воронеж, 2001. – С.42-72.*

2. *Panay K. Культурный код: Как мы живем, что покупаем и почему. – М.: Альпина Паблшер, 2015. – 168 с.*

3. *Stevenson, D.K. American Life and Institutions. Washington, D.C., 1987.*

УДК 81'373.45

ВАЖНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Хамидуллина Е.Р., Аvezова Б.С.

Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

Статья посвящена актуальным вопросам и особенностям английского языка как иностранного в современной межкультурной коммуникации. В работе особое внимание уделяется важности и необходимости изучения иностранного языка для профессиональной международной деятельности, рассмотрены коммуникативные потребности иностранных специалистов и детально раскрыто понятие «язык международного общения».

Ключевые слова: английский язык, коммуникативные потребности, международный язык, межкультурная коммуникация, многоязычная среда, особенности изучения английского языка, профессиональные компетенции.

THE IMPORTANCE AND PECULIARITIES OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE CONTEMPORARY WORLD

Khamidullina E. R., Avezova B. S.
The Kosygin State University of Russia

The paper is devoted to relevant issues and peculiarities of English as a foreign language in contemporary intercultural communication. The work pays special attention to the importance and necessity of learning a foreign language for professional international activity. It considers the communicative needs of foreign specialists and analyzes the concept of 'international communication language' in details.

Key words: English language, communication needs, intercultural communication, international language, multilingual environment, peculiarities of learning English, professional competencies.

Современная межкультурная коммуникация практически невозможна без знания иностранных языков. В некотором роде межкультурная коммуникация помогает общаться с носителями разных языков на равных условиях и уважать их индивидуальность.

Межкультурная коммуникация играет большую роль в социальных науках, таких как антропология, культурология, лингвистика, психология и коммуникативные исследования. Следует отметить, что межкультурная коммуникация в основном направлена на улучшение понимания коммуникации, которая регулируется культурой. Понимание того, что различные культуры имеют различные социальные традиции, мыслительные процессы, стандарты, ценности и обычаи, важно для изучения межкультурной коммуникации. Это также требует некоторой осведомленности о зарубежных учреждениях и организациях, образе жизни людей и сообществ в других странах, их истории и культуре.

Точно так же развитие современного бизнеса и производства невозможно без зарубежного опыта: каждый специалист должен быть готов к международному взаимодействию и сотрудничеству и на языковом, и на профессиональном уровне. «С одной стороны специалист обогащается багажом знаний и опыта в области своей профессиональной деятельности, с другой он должен уметь налаживать контакты и передавать накопленный опыт и достижения своей страны через межкультурную коммуникацию» [3, с. 335].

Однако одним только знанием языка высококвалифицированный специалист не должен ограничиваться, его главной задачей является получение конкретного результата в профессиональной деятельности через применение языка. «Главной целью международного общения и контактов является подготовка будущего профессионала к использованию полученных знаний и навыков на практике» [2, с. 292].

В связи с развитием стран значительно возрастает необходимость в знании иностранного языка для развития международного сотрудничества. Кроме того, следует отметить, что «коммуникация в международной среде предполагает сочетание целого ряда управленческих знаний, умений и навыков с межкультурными» [4, с. 12].

Существуют определенные принципы межкультурной коммуникации, в основе которых лежат следующие:

1. Культура, язык и лингвокультура.

В национальных языках существуют различные особенности, которые ограничены конкретными культурами. Неподготовленные бизнес-партнеры, как правило, неправильно понимают невербальные, культурно-специфические жесты, которые сопровождают эти вербальные коммуникации, тем самым сталкиваясь с большими трудностями в профессиональной деятельности за рубежом.

2. Посредничество между разными культурами.

Межкультурное посредничество предполагает все виды общения между представителями различных лингвокультур. Общение иностранцев (например, американцев и венгров), говорящих на общем языке (например, английском), также считается межкультурным посредничеством, поскольку сами говорящие опосредуют свою собственную лингвокультуру под нормы другого языка. Туристические гиды, сопровождающие иностранцев во время туров, также являются примерами межкультурного посредничества.

3. Общение по разным каналам.

– Устный (вербальный канал, как правило, является сознательным каналом коммуникации, но иногда может быть и бессознательным каналом. Передача в нем сообщений происходит с помощью слов и писем, это и называется вербальной коммуникацией).

– Невербальный (обычно бессознательный, но иногда сознательный способ передачи сообщений. Под него попадает получение и отправка сообщений без использования слов. К примеру, это может быть общение посредством позы, жестов, мимики, тона голоса или языка тела, т.е. все, что угодно, кроме письменного, устного общения).

4. Коммуникативные действия и привычки с элементами подсознания.

Чилийцы сокращают расстояние между собой и иностранцами, обнимая и целуя их в качестве приветствия. Но такая же форма приветствия считается необычной в Китае или Индии. Следовательно, чилийцам легче приветствовать американцев или немцев в их обычной манере. В восточных же странах принята минимальная тактильность, но при этом тело также используется для выражения уважения к собеседнику (Япония, Китай, Корея и др.), например, наклон туловища под определенным углом.

Настоящий специалист международного уровня должен уметь работать в условиях норм и традиций других стран, знать особенности ведения бизнеса и госуправления в разных странах, уметь организовывать переговоры с иностранными коллегами и выступать в них посредником, уметь разрешать конфликты. Вместе с тем специалист в современном мире также обязан обладать способностью к работе в международных организациях,

сохранению основных коммуникационных каналов в иностранных государствах, к результативной презентации своего проекта или компании в рамках международных мероприятий. Все эти компетенции связаны. Однако наряду с этим «существует несколько основных коммуникативных потребностей иностранных специалистов» [1, с. 954]. Вышеуказанные компетенции состоят в том, чтобы:

- участвовать в деловых разговорах с коллегами, партнерами и клиентами при телефонном общении;
- участвовать в разговорах во время протокольных и культурных мероприятий;
- представлять фирму, ее продукцию на выставках, форумах, презентациях;
- извлекать информацию из печатных и аудио материалов;
- писать деловые письма;
- заполнять бланки.

Таким образом, в связи с повышенной важностью межкультурной коммуникации возникла необходимость в «универсальном языке», который стал бы общим для изучения всеми представителями мировых культур и государств.

На данный момент существует несколько языков, претендующих на звание «универсальный». Все они являются официально признанными языками международного общения и обладают следующими признаками:

- большое количество людей считает этот язык родным;
- среди тех, для кого этот язык не является родным, есть большое количество людей, владеющих им как иностранным или вторым языком;
- на этом языке говорят во многих странах, на нескольких континентах и в разных культурных кругах;
- во многих странах этот язык изучается в школе как иностранный;
- этот язык используется как официальный язык международными организациями, на международных конференциях и в крупных международных фирмах.

К таким языкам относятся: китайский, английский, испанский, французский и другие языки. Но именно английский стал одним из самых распространенных языков международного общения в мире, уступая первенство только китайскому языку.

Как известно, у английского языка есть свои особенности изучения. И в первую очередь для изучения языка требуется мотивация. Какой она будет в повседневной жизни не имеет большого значения, но в профессиональной деятельности мотивация скорее всего будет связана с продвижением по карьерной лестнице и высокой заработной платой.

Во-вторых, необходима системность изучения языка, без которой освоить английский практически невозможно. Только подходя к изучению системно можно достичь хороших результатов.

В-третьих, английский – это язык со строгой последовательностью слов в предложении, поэтому необходимо начинать изучать английский язык с понимания его структуры. В отличие от русского языка, где правила построения предложений довольно свободные, в английском существует четкая система, без знания которой все дальнейшее изучение окажется весьма затруднительным.

Бесспорно то, что владение иностранным языком увеличивает шансы на успех в любой деятельности, в первую очередь в профессиональной. «Сегодня знание иностранного языка – это необходимость, вызванная процессами политической и экономической жизни. А владение иностранным языком в профессиональной сфере как ни что другое способствует формированию личности, социальной адаптации к меняющимся условиям многоязычного мира» [1, с. 953].

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Евтушенко С.Я., Арсентьева Е.В.* Иностраный язык как средство расширения профессиональной сферы общения студентов КНР // Молодой ученый. – 2015. – № 3 (83). – С. 953-956. URL: <https://moluch.ru/archive/83/15257/> (дата обращения: 04.10.2021).

2. *Зиятдинова Ю.Н., Валеева Э.Э.* Интегративный подход к развитию межкультурной компетенции студента технического вуза // Вестник Казанского технологического университета. 2011. - №14. – С. 292-300.

3. *Максудова О.Н.* Роль иностранного языка в межкультурной коммуникации // Молодой ученый. – 2017. – № 18 (152). – С. 334-335.

4. *Формирование системы компетенций для профессиональной деятельности в международной сфере в интересах укрепления позиций России* // Инновационная образовательная программа МГИМО(У)МИД России. – М., 2008. – 45 с.

УДК 65.01:81

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ СООТНОШЕНИЯ ПОНЯТИЙ «МЕНЕДЖМЕНТ» И «УПРАВЛЕНИЕ»

Худенкова Д.А., Николаева Е.В.

Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина
Москва, Россия

Статья посвящена описанию понятий «менеджмент» и «управление». В работе анализируется их соотношение и обсуждается проблема корректности перевода термина «management» как «управление».

Ключевые слова: менеджмент, управление, организация.

CROSS-CULTURAL ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE CONCEPTS OF “MANAGEMENT” AND “УПРАВЛЕНИЕ”

Khudenkova D.A., Nikolaeva E.V.
The Kosygin State University of Russia

The article is devoted to the description of the concepts of management and administration, their relationship, as well as the analysis of the correctness of the translation of management as administration.

Key words: management, administration, organization.

The word “менеджмент” has come into the Russian language as a result of economic and cultural globalization. Having rooted in the new soil it acquired, on the one hand, some new connotations, and, on the other hand, semantic intersections [3] with the Russian word “управление” serving as a partial synonym to it. Indeed, the word “management” is often translated from English into Russian as “управление”. However, the question arises whether these concepts are identical. The concept of “управление” and “management” are often used synonymously, at the same time there should be differences between them.

“Менеджмент” in Russian is usually used in relation to people, collectives and organizations; “менеджмент” means the management of this organization. It can be understood as an integration process, since it is designed to consider a variety of tasks, which are to be solved in complex and thus ensuring the achievement of the set goals [1, p. 4].

According to the Cambridge Dictionary, “management” means, “the control and organization of something esp. a business and its employees” [6]. There is also another meaning of the concept “management” in this dictionary as “the activity or job of being in charge of a company, organization, department, or team of employees” [6]. Besides, “management” can mean “the group of people who control a company or organization” [6], the most common example being “top management”. These meanings of the term logically coincide in English and Russian.

“Management” as “the activity of controlling something or of using or dealing with something in a way that is effective” [6] refers to the Russian words “справиться” or “управляться”.

In addition, management is a scientific, practical and educational discipline devoted to the problems of management in an organization (at an enterprise), at the state, municipal and international levels [4, p. 6].

Thus, it can be concluded that “management” is control in the socio-economic sphere.

It is important to note that there are different meanings of the Russian term “управление” in English. For example, to denote the management of tech-

nical means, for example, a car, the word “control”, “drive” is used in English; when it comes to the management of the state, they use the word “government”, while the management of a person by himself, is described with the word “govern”. Administrative management, as well as managing affairs, is designated by the word “administration”, if we are talking about formal rules, without considering the individuality of employees. To denote management in organizations, the word “management” is used in English and is used to denote the management of an organization and people, taking into account the individual characteristics of employees [2, p. 22-25].

In Russian, the term “управление” is used in all the cases described above.

This term refers to all objects, processes, systems [1, p. 4].

“Управление” is a conscious purposeful activity of a person, with the help of which he/she arranges and subordinates to their interests the elements of the external environment – society, living and inanimate nature, technology. “Управление” is a process focused on achieving certain goals [5, p. 7].

It should be noted that the term “управление” in Russian also has a special meaning related to an organization or its subdivision such as “Управление делами Президента” (“Office of the President”) or, for example, «Финансовое Управление» (“Financial Department/Directorate”).

Nevertheless, “управление” in the context of organization and functioning is a global process that affects all spheres of human life. “Менеджмент” is a field of human knowledge and skills that allows performing a managerial function [1, p. 4].

Based on all of the above, we can conclude that the term “управление” is used in the Russian language in a broader sense than the term “менеджмент”. In English, each case has its own word for “управление” in a particular situation, and the term “management” is one of such options. In Russian, the term “управление” implies management in any sphere, as well as any object and any action meaning influence and control. “Менеджмент” is used only in a certain field of activity and is a part of the concept of “управление”.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Барабаш Н.Н.* Менеджмент: учебное пособие для среднего профессионального образования. – 3-е изд. – Чебоксары: Чебоксарский кооперативный техникум Чувашпотребсоюза, 2019. – 182 с.

2. *Дрезинский К.С.* Терминологическое исследование понятий «менеджмент» и «управление» // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. – 2013. – № 1. – С. 22-25.

3. *Николаева Е.В.* Иноязычные фразеологизмы как элементы кросс-культурных коммуникаций // Иностранный язык в дискурсе моды: образовательные технологии и лингвокультурные исследования. Сборник науч-

ных трудов. М., 2015. С. 97-101.

4. Орлов А.И. Менеджмент. Уч. изд. – Москва: Изумруд, 2003. – 256 с.

5. Удалов Ф.Е., Алёхина О.Ф., Гапонова О.С. Основы менеджмента. Уч. пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный университет, 2013. – 363 с.

6. *Meaning of management in English*. Cambridge Dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/management> (дата обращения: 01.10.2021).

УДК 81'373.613:811.111(470.47)

ОСОБЕННОСТИ ЗАИМСТВОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ (НА МАТЕРИАЛАХ МЕНЮ КОФЕЕН «ЧАЙКОФСКИЙ» И «PREZENT» ГОРОДА ЭЛИСТЫ)

Шовгурова В.О.

Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова
Элиста, Россия

Научный руководитель: к. филол. н., доцент Акименко Н.А.

В статье проанализирован языковой материал по гастрономической (кофейной) тематике и выявлены особенности заимствования современных англоязычных терминов в русский язык. Фактическим материалом исследования послужили тексты меню кофеен «ЧайКофский» и «Prezent» города Элисты республики Калмыкия.

Ключевые слова: гастрономический термин, транслитерация, транскрипция, заимствование, англицизм, кофе.

FEATURES OF ENGLISH GASTRONOMIC TERMS BORROWINGS (ON THE MATERIALS OF THE MENU OF THE COFFEE SHOPS "CHAIKOFSKY" AND "PREZENT" IN THE CITY OF ELISTA)

Shovgurova V.O.

Kalmyk State University
Elista, Russia

Scientific supervisor: Akimenko N.A.

The article analyzes linguistic material on the gastronomic (coffee) the-

matics and reveals the features of borrowing modern English-language terms into the Russian language. The actual material of the study includes the texts of the menus of the coffee shops "Chaikofsky" and "Prezent" in the city of Elista in the Kalmykia Republic.

Key words: gastronomic term, transliteration, transcription, borrowing, Anglicism, coffee

Большинство слов в кофейной индустрии заимствованы из других языков, и порой запомнить все и понять, что они означают, бывает сложно. «Кофейный» язык понимают профессионалы в области кофейной продукции и кофеманы во всём мире, что позволяет им поддерживать контакт друг с другом и обогащать современную гастрономическую терминологию.

В данной работе в рамках семантической классификации были выделены следующие типы терминов в кофейне:

1) названия классического кофе (Флэт уайт, Эспрессо, Макиато, Капучино, Американо, Латте, Раф);

2) названия чая (Эрл грей, Лимонный фреш);

3) названия холодного кофе (Фраппучино, Айс/Исе капучино, Айс/Исе латте, Гляссе, Вон Вон/Бон Бон, Айс/Исе раф, Айс/Исе матча латте, Аффогато);

4) названия особого (фирменного) кофе (Баунти, Сникерс, Нутелла, Моккачино, Бамбл, Борджиа);

5) названия напитков (Айс Ти/Исе tea, Мохито, Лимонад);

6) названия смузи (только русскоязычные названия);

7) названия молочных коктейлей (только русскоязычные названия);

8) названия милкшейков (только русскоязычные названия);

9) названия десертов (Чизкейк, Трайфл).

Из приведённых примеров мы выяснили, что англоязычные гастрономические термины составляют около половины текстов меню, остальные заимствованы из итальянского языка (Американо, Капучино, Макиато, Латте, Аффогато, Эспрессо, Моккачино, Борджиа), из французского языка (Гляссе/Гляссе), испанского (Бон Бон, Мохито), название зелёного кофе Матча – из японского языка. Также в меню имеются напитки, названные именами людей (Раф, Эрл Грей), животных (Сникерс).

Транскрипция – это перекодирование иноязычных слов с последующей записью с помощью букв алфавита принимающего языка без использования каких-либо добавочных знаков и без придания каким-либо буквам добавочных значений [5]. При этом фонемы языка-источника заменяются более близкими к ним фонемами заимствующего языка. Существует также приём полного копирования заимствованного слова без изменений.

Транслитерация – формальное побуквенное воссоздание исходной лексической единицы при помощи алфавита переводящего языка, буквен-

ная имитация формы исходного слова [5]. Транслитерация используется реже транскрипции, поскольку передача звучания лучше, чем передача графической формы, способствует восприятию национального колорита. Транскрипция широко применяется в гастрономической терминосистеме, сохраняя тем самым национальную особенность и стилистическую яркость названий блюд и напитков.

Итак, кофе «Флэт уайт» (от английского flat [flæt] прилагательное – «плоский»; white [wait] прилагательное – «белый»): откуда и почему появилось такое причудливое название? В 80-х годах 20-го века бариста из Новой Зеландии изобрёл напиток, в котором вместе существуют кофе и молоко, но ни один ингредиент не перебивает вкус другого. Что-то среднее между эспрессо и капучино назвали «плоский белый» из-за тонкой упругой молочной пены, образующей ровную поверхность над горьковатым эспрессо. «Плоский белый» стал одним из самых популярных видов кофе в мире. По словам бариста кофейни «Чайкофский», «Флэт уайт» популярен среди посетителей в большей степени из-за названия. Бариста тщательно изучает не только рецепты кофейных напитков, но и их историю и происхождение названий. Несмотря на то, что заимствованные слова являются прилагательными, в русском языке «Флэт уайт» используется как существительное мужского рода в единственном числе. В обеих кофейнях Элисты используется приём транскрипции.

Американо (англизированный Americano, с итал. americano [ameri'kano] прилагательное – «американский»). История «Американского кофе» началась по завершению Второй Мировой войны. В Италии, после свержения диктатуры Муссолини, долгое время располагалось значительное количество американских солдат. Окрестные бары и кафе были переполнены солдатами и офицерским составом американской армии. Их совершенно не прельщали крохотные порции эспрессо, военные требовали большие чашки. Чтобы выйти из этой ситуации, предприимчивые итальянские бариста стали разбавлять привычный крепкий кофе некоторым количеством горячей кипячёной воды. По понятным причинам дали ему название «Американо» [1]. Здесь используются популярные приёмы заимствования в гастрономии – транскрипция и транслитерация.

Чай «Эрл Грей» (Earl grey [z:l grei] существительное – Эрл Грей) назван в честь графа (англ. Earl) Чарльза Грея (1764–1845), который являлся премьер-министром Великобритании в 1830–1834 годах. Существует много легенд происхождения названия чая, по одной из версий, Эрл Грей, политический деятель, проживавший в Англии, любил приключения и старался найти для своей страны какие-нибудь дополнительные международные связи, которые смогли бы помочь им в будущем. Однажды Грею пришлось побывать в Китае. В знак благодарности ему подарили коробку с чёрным чаем (в него уже добавили бергамот). По прибытию домой Грей угостил своих знакомых, которые были очень влиятельными людьми. Все

оценили вкус напитка по достоинству. Английское светское общество назвало чай в честь графа Грея [4]. Интересно, что в России чай с бергамотом называли «Седой Граф» (Grey от английского «серый», «седой», и, очевидно, производители, не зная истории графа Грея, просто использовали буквальный перевод). В меню использован приём транскрипции и пишется «Эрл Грей». При изучении меню кофеен, интересно выделить название кофейного напитка российского происхождения – Раф. Бариста из московской кофейни придумали этот напиток для одного молодого человека, которому было почти не угодить, звали его Рафаэль, или сокращённо Раф [2].

«Лимонный фреш» (lemon ['lemən] прилагательное – «лимонный», fresh [freʃ] прилагательное – «свежий») отличается от ранее рассмотренных названий, тем что «наполовину» переведено и транскрибировано. Лимонный фреш – это чёрный байховый чай с добавлением натуральной лимонной травы, а также кусочков яблок, корочек лимона, розмарина, лепестков подсолнечника.

Фраппучино (англизированный Frappuccino) – холодный кофейный напиток, неотъемлемый бренд сети мировой кофейни Starbucks. Название «фраппучино» произведено путём сложения слов «фраппе» (французский термин, означающий густой молочный коктейль с мороженым) и «капучино» (от итал. Cappuccino – капуцин), которое переводится как «охлажденный» и «капучино». История этого напитка начинается с 90-х годов. В сети американских кофеен The Coffee Connection сотрудники провели эксперимент: смешали кофе, мороженое и молочный коктейль. Получился в результате довольно вкусный напиток, но эксперименты на этом не прекратились. Меняя составляющие рецепта поочередно, они выявили идеальный вариант – двойной эспрессо, мороженое и измельченный лёд. Ударение в этом слове падает на третий слог, а употреблять его можно как в среднем роде, так и в мужском.

Кофе «Ice Матча-латте», который представлен в меню кофейни «Prezent», является современным гастрономическим трендом и ценится во всем мире за его непревзойдённые оздоровительные качества, интересен и с языковой точки зрения. Это название заимствовано одновременно из трёх языков: из английского – Ice [айс] – лёд, из японского – Матча (яп. 抹茶 маття, букв. «растёртый чай») и итальянского – латте (итал. Latte «кофе с молоком»). «Ice Матча-латте», зелёный напиток с густой пеной, который выглядит как кофе с биодобавками, но по сути является самым полезным чаем в мире. Здесь кроме приема транскрипции использован приём полного копирования заимствованного слова (Ice).

Названия особых кофе «Баунти» (bounty ['baʊntɪ] существительное – «щедрость»), «Нутелла» (англ. nut существительное – «орех», итал. ella – традиционно является окончанием многих итальянских женским имён), «Сникерс» (snickers ['snɪkəs] существительное – «смешки», название

Snickers происходит от имени любимого коня из конюшен, которыми владело семейство Марс), «Бамбл» (англ. bumble bee – шмель) транскрибированы.

«Чай со льдом» или «холодный чай» имеет разную графическую форму: «Айс ти» в кофейне «Чайкофский» и «Ice tea» в кофейне «Prezent».

Перейдём к десертам. «Чизкейк» (cheesecake ['tʃi:zkeɪk] существительное – «ватрушка») и «Трайфл» (trifle [traɪfl] существительное – «мелочь, пустяк») также подверглись транскрипции.

Очень примечательно то, что в кофейне «ЧайКофский» все англоязычные термины заимствованы в русский язык путем транскрипции и транслитерации (Айс Ти), в свою очередь, кофейня «Prezent» использует также полное копирование англоязычного термина (Ice tea), то есть в кофейной индустрии допускается различное написание одного и того же напитка используя приём модного полного копирования англицизма или транскрипции.

Несмотря на то, что среди заимствованных названий есть и прилагательные, и существительные, в русском языке все заимствованные названия являются существительными мужского рода (от слов кофе, чай, напиток, десерт).

Актуальными приёмами заимствования в современной гастрономической терминологической системе являются транскрипция, а также транслитерация и полное копирование гастрономической лексической единицы. Главными причинами транскрипции гастрономических лексем является максимальная краткость и передача национального колорита. Считается, что транскрипцию, как и любой другой прием, следует применять с осторожностью, поскольку в некоторых случаях передача колорита, не являясь определяющим фактором, может оттеснить на второй план передачу смыслового содержания и привести к перегрузке текста дополнительными коннотациями. Но в «кофейном мире» данный прием не только сближает посетителей, посетителей-кофеманов и бариста, но и создаёт атмосферу для общения благодаря изобилию «модных» заимствованных слов в меню.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кофе американо*: история появления, особенности и разновидности рецептов. URL: <https://coffeegravity.ru/kofe-amerikano/> (дата обращения: 10.10.2021).

2. *Невейкин Г.* Раф-кофе: история и рецепт кофе со сливками. 23.12.2019. – URL: <https://torrefacto.ru.turbopages.org/torrefacto.ru/s/blog/rafkofe-istoriya-i-retsept-kofe-so-slivkami/> (дата обращения: 10.10.2021).

3. *Хакимова Ш.Р.* Приемы перевода интернациональных реалий// Филология и лингвистика в современном обществе: материалы II Между-

нар. науч. конф. (г. Москва, февраль 2014 г.). Т. 0. – М.: Буки-Веди, 2014. – С. 179-181. – URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/107/4876/> (дата обращения: 10.10.2021).

4. Чай Эрл Грей. – URL: <https://richard-tea.com/blog/chay-erl-grey> (дата обращения: 10.10.2021).

5. Янова Е.А. Квазибеспереводной метод передачи экономических терминов как распространенный прием перевода // Вестник Московской международной академии. – 2016. – №1. – С. 112-115.

УДК 81-2: 316.752

ИНФОРМАТИВНАЯ ФУНКЦИЯ ЯЗЫКА И ПЕРЕДАЧА МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

Якубов З.К.

Узбекский государственный университет мировых языков
Ташкент, Узбекистан

Научный руководитель: док филол. наук проф. Джусупов М.

В статье рассматривается проблема информативной функции языка и передачи межкультурных ценностей. Эти ценности передаются языковыми единицами в условиях билингвизма и полилингвизма. При передаче межкультурных ценностей происходит адаптация билингва к тем понятиям, которые выражены в другом языке. Этот процесс формирует в сознании индивида, социума новые инофонные, инокультурные психообразы.

Ключевые слова: ценность, билингвизм, картина мира, межкультурная коммуникация, язык.

THE INFORMATIVE FUNCTION OF LANGUAGE AND CONVEYANCE OF INTERCULTURAL VALUES (BASED ON THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES)

Yakubov Z.K.

Uzbek State World Languages University

Scientific supervisor: Dzhusupov M.

The article considers the informative function of a language and convey-

ance of intercultural values. These values are conveyed in the context of bilingualism and polylingualism. While conveying intercultural values, a bilingual adapts to the notions that exist in the other language. This process generates new non-native mental images in the mind of an individual as well as that of a society.

Key words: value, bilingualism, world picture, intercultural communication, language.

Понятие ценность является важной составляющей культуры любой нации и любой сферы деятельности. Значимость данного понятия подтверждается широким спектром дисциплин, исследующих его с разных ракурсов и, следовательно, выявляющих различные его свойства.

Первым, кто выделил ценность как конкретную узкую категорию, считается Кант, рассматривавший ценность как ядро человеческой цели [1, с. 38]. Под ценностью подразумеваются представления большинства людей о желаемом для индивида или группы индивидов, определяющие цели с учетом возможных способов действия и средств. Таким образом, цели воплощают глубинные потребности не только индивидов, но также общества и институтов [6, с. 454]. Справедливо утверждать, что ценности формируются на основе оценочной ориентации человека. В монографии Е.Ф. Серебренниковой говорится о том, что социальная деятельность человека и всего общества в процессе освоения мира, поиске своего «призвания» и смысла жизни, а также оценивания пережитого опыта, играют важную роль в формировании оценочного компонента в картине мира. Помимо этого, потребности, пути их удовлетворения и мотивы осуществления какой-либо деятельности определяют оценочную направленность человека, так как ценность, в данном случае, считается способностью установить, что является поистине нужным и целесообразным. Оценка действительности лежит в основе одновременно и одухотворенной, наполненной смыслом жизни, и пассивного, отчужденного способа существования [9, с. 7-9].

Таким образом, под оценкой понимается отношение субъекта – положительное или отрицательное – к объектам действительности, устоявшееся в социуме и отражающееся в семантике языка.

Как отмечалось многими исследователями, язык и культура неразрывно связаны друг с другом. Например, В. Гумбольдт, изучавший понятие картины мира в рамках лингвистики, писал, что родной язык для носителя представляет форму концептуализации мира, характерную для определенной культуры [12, с. 41]. Познавая, и одновременно оценивая мир, при этом выступая субъектом, человек присваивает часть воспринятого мира, и отражает это в своей речевой деятельности. Именно субъектная оценка выявляет глубинные суждения человека, его вкус, моральные установки, которые не в малой степени формируются под влиянием культурной среды [11, с. 6-11]. По этой причине на данном этапе в лингвистике

доминирует мнение о том, что речь является отражением оценивания пережитого опыта и, в большинстве своем, базируется на системе ценностей человека.

Принимая во внимание уникальность мировосприятия каждого народа и его отражение в языке, необходимо вырабатывать компетенцию как в плане понимания чужих, так и в плане изречения своих мыслей на иностранном языке. Билингвы, являясь носителями первичной и вторичной картины мира, переносят культурно обоснованные языковые конструкции родного языка на материал второго. Поэтому, при контактировании языковых единиц двух языков может происходить языковая интерференция [2, с. 351]. Этот процесс характеризуется ошибками в общении, обусловленными использованием единиц фонетического, морфологического, лексического или других уровней родного языка в иностранном. Одним из требований предотвращения этого является осведомленность о ценностных особенностях инофононов. В контексте непрерывной глобализации наиболее уместно говорить о ценностях межкультурного значения.

В работе Ш. Шварца человеческие ценности определяются как желаемые цели, разнящиеся по своей важности, и служащие ведущими принципами в жизни людей. Ученый в своей статье утверждает, что существуют 10 универсальных мотивационных типов ценностей, которые отличаются в разных культурах лишь по степени важности [13, с. 93-94]. Но этот факт, однако, не отрицает уникальности ценностной картины мира определенной культуры. Особенность каждой культуры проявляется в языке их носителей. В.И. Карасик в этом отношении выделяет понятие «культурные доминанты» [7, с. 118]. С.Г. Тер-Минасова в сравнительном исследовании идиоматики русского и английского языков выявляет ценностные смыслы, важные для носителей каждого из этих народов. Для английского, считает ученый, характерны сдержанность, бережливость, профессионализм, эгоизм, в то время как для русского типичны опытность, справедливость, патриотизм и др. [10, с. 150].

Одной из важнейших ценностей для англоязычной аудитории является толерантность. Несмотря на то, что в русском языке она тоже имеет определенное значение, наиболее ярко она вербализуется в английском, и в какой-то степени противопоставляется русской искренности. Например, А. Д. Шмелев приводит слово *broad-mindedness* и сопоставляет его с русской *широтой души*, называя это качество исконно русским [8, с. 112]. Но широта души не вбирает те смысловые оттенки, которые присутствуют в английском слове. Толерантность также не позволяет англичанам использовать прямые повелительные конструкции и порой даже косвенный императив. Переводчик, незнакомый со спецификой мировоззрения англичан, может перевести фразу *использование мобильных телефонов запрещено* как *using mobile phones is not allowed*, в то время как приемлемым вариантом будет *thank you for not using your mobile phones*. В данном случае мож-

но наблюдать влияние ценности на прагматический аспект языка.

Отмечая одну из подлинно русских ценностей необходимо упомянуть понятие нравственности. В лексике русского языка существуют такие концепты, как целомудренность, благочестие, и порицаемые черты типа сребролюбие, пошлость и др. В английском языке эквиваленты этим понятиям отсутствуют – слова типа *virginity, love for money* и т.д. лишь частично раскрывают смыслы, заложенные в русских понятиях. Также С.Г. Тер-Минасова писала о важности эмоций для русских. Хорошо проиллюстрировать данное наблюдение может наличие таких слов, как *тоска* и *хандра*; английский вариант *boredom* схожим образом лишь поверхностно выражает смысл русских понятий [10].

Еще В. Карасик считал *честь* ценностью неизмеримо важной для носителей английского языка. Она также отражается в лексике русского языка, но в английском это слово употребляется в контекстах, в которых его нельзя использовать в русском. Одним из примеров является выражение *honor the agreement*, что в русском будет звучать примерно следующим образом: *следовать условиям договора*.

Универсальные мотивационные типы ценностей отличаются приоритизацией конкретных ценностей в каждой культуре. Эти различия проявляются в охвате смысловых оттенков, присущих какой-либо языковой единице, прагматических особенностях и в контекстах, в которых употребляются.

В процессе овладения языком и передачи его единицами культурных ценностей часто порождается девиация [4, с. 19-27; 5, с. 46-52], что реализуется в устной и письменной речи билингва в виде речевой интерференции, для преодоления которой следует строить научно обоснованную методику обучения неродному языку [3, с. 65]. Таким образом, межкультурные ценности передаются и формируются в сознании индивида и социума посредством языковых единиц: на начальном этапе они порождают девиацию и интерференцию, на продвинутом этапе они уменьшаются или полностью нейтрализуются.

ЛИТЕРАТУРА

1. Григорьева С. Н. Проблема категории ценностей в философии, психологии, социологии и педагогике // Молодой учёный. – 2015. – № 6.2. – С. 37-41.
2. Джусупов М. Билингвальное образование: проблема звуковой и лингвокультурной интерференции// Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. – 2017. – Vol. 14. – No. 3. – С. 351-358.
3. Джусупов М. Социолингвистические и лингвистические проблемы языка как средства общения и предмета изучения// Русистика в СНГ. – СПб.: «Златоус», 2002. – С. 67-74.
4. Джусупов Н.М. Теория выдвижения в лингвистических исследо-

ваниях: истоки, тенденции, вопросы интерпретации// Вестник образования: язык и специальность – 2016. – N1. – С. 19-27

5. *Джусупов Н.М.* Теория выдвигения: когнитивно-стилистические характеристики и практические аспекты реализации// Узбекисонда Хорижий Тиллар (научно-методический журнал). – 2014. – N1. – С. 46-52.

6. *Жукова И.Н.* Словарь терминов межкультурной коммуникации. – М.: Флинта; Наука, 2013. – 632 с.

7. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

8. *Купина Н.А., Хомяков М.Б.* Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 542 с.

9. *Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов*/ Под ред. Е.Ф. Серебренниковой – М.: ТЕЗАУРУС, 2011. – 352 с.

10. *С.Г. Тер-Минасова.* Язык и межкультурная коммуникация. Учеб. Пособие. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.

11. *Серебренникова Е.Ф.* Этносемиотрия как способ лингвистического аксиологического анализа // Этносемиотрия ценностных смыслов. – Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2008. – 529 с.

12. *Ashurova D., Galieva M.* Cultural linguistics. Main Issues, Trends and Tasks. Uzbekistan: Language and Culture, Vol. 2, pp. 42–73.

13. *Schwartz Sh. H.* Identifying Culture-Specifics in the Content and Structure of Values. Jerusalem: Journal of Cross-Cultural Psychology, 1995, Vol. 26(1), pp. 92-116.

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

МЕЖВУЗОВСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ:
АКАДЕМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА»

ЧАСТЬ 3

Межкультурная коммуникация и кросс-культурные исследования

Научное издание

Печатается в авторской редакции

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов

Технический редактор
Николаева Е.В.

Подготовка макета к печати
Николаева Н.А.