

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»**

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА – ОТ ФОРМАЛЬНОСТИ К ТВОРЧЕСТВУ

**Материалы IV студенческой конференции
в рамках X Всероссийского Фестиваля науки
на филологическом факультете**

**Москва
Российский университет дружбы народов
2017**

УДК 001:378(063)
ББК 72+74.58
С88

Утверждено
РИС Ученого совета
Российского университета
дружбы народов

Научный редактор –

заместитель декана филологического факультета по научной работе, кандидат филологических наук, доцент *Ю.Н. Эбзеева*

Ответственные редакторы:

старший преподаватель кафедры иностранных языков филологического факультета *Н.В. Дубинина*;

научный сотрудник кафедры социальной и дифференциальной психологии филологического факультета *Н.И. Анфимова*

С88 **Студенческая наука – от формальности к творчеству :**
материалы IV студенческой конференции в рамках X Фестиваля науки на филологическом факультете / науч. ред. Ю. Н. Эбзеева. – Москва : РУДН, 2017. – 384 с. : ил.

ISBN 978-5-209-08342-9

Сборник содержит научные статьи студентов. Тематика работ – русская и зарубежная литература, психология, филология, лингвистика и журналистика. Издание является наглядным представлением того, что в настоящее время интересует студентов, и включает как серьезные работы по исследовательским научным работам студентов, так и «пробу пера» молодых исследователей.

ISBN 978-5-209-08342-9

© Коллектив авторов, 2017
© Российский университет
дружбы народов, 2017

НАПРАВЛЕНИЕ «ПСИХОЛОГИЯ»

Сравнительный анализ ценностных ориентаций и мотивационных установок личности у студентов разных специальностей

Абгарян А.Т.

Нам представляется важным изучение ценностных ориентаций и мотивационных установок среди молодого поколения. Студенческий возраст — это период становления мировоззрения, с которым будущий специалист в дальнейшем приступит к выполнению своих профессиональных обязанностей. Недостаточное внимание к ценностным ориентациям и мотивационным установкам юношей и девушек чревато духовным вырождением целого поколения.

Современное общество характеризуется преимущественной ориентацией на рыночные отношения и материальное благополучие, что определяет изменения, наблюдающиеся в системе ценностей и мотивационных установок личности. Политические, экономические и социальные условия существования обуславливают существенное снижение значимости гуманистических ценностей, в частности — ценностей человеческой жизни и альтруизма, широко пропагандировавшихся в середине 20-ого века. В социальных отношениях людей нового тысячелетия, напротив, преобладает стремление к соперничеству и конкуренции, которое порой может быть оправдано в процессе делового взаимодействия, но недопустимо в неформальном общении между членами семьи или друзьями.

Проблема актуальна и изучается в рамках исследований ценностных ориентаций, но при этом недостаточно изучено

соотношение ценностных ориентаций и мотивационных установок у студентов.

Система ценностных ориентаций напрямую зависит от стабилизации/дестабилизации общества, от сменяющих друг друга ценностей в общественном сознании. А мотивация соотносит влияние внешних факторов деятельности с внутренними свойствами и возможностями личности как субъекта той или иной деятельности.

Наше исследование посвящено изучению ценностных ориентаций и мотивационных установок личности у студентов разных специальностей. В исследовании приняли участие 60 респондентов: 30 студентов-журналистов РУДН и 30 студентов-художников Академии акварели и изящных искусств С. Андряки. Гендерные и возрастные особенности участников исследования не учитывались.

Для изучения ценностных ориентаций личности применялась методика Ш.Шварца в адаптированном варианте для русскоязычного населения. А для изучения мотивационных установок применялись: «Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере» О.Ф. Потемкиной; «Методика диагностики личности на мотивацию к успеху» и «Методика диагностики личности на мотивацию к избеганию неудач» Т. Элерса.

При обработке результатов исследования применялись статистические методы (критерий Манна-Уитни, корреляционный и факторный анализ) с использованием программы SPSS.

На основании полученных данных можно сделать вывод о различии ценностных ориентаций у студентов художников и журналистов в показателях «обзора ценностей» методики Ш.Шварца: конформность, традиции, власть, безопасность; и показателях «профиля личности»: конформность, традиции, доброта, достижения, власть, безопасность. В реальном социальном поведении мы видим

разницу в показателях ценности доброты и достижения, которых нет на уровне убеждений. Также, мы наблюдаем различия в мотивационных установках у выборок по шкалам: альтруизм, деньги и мотивацию к успеху.

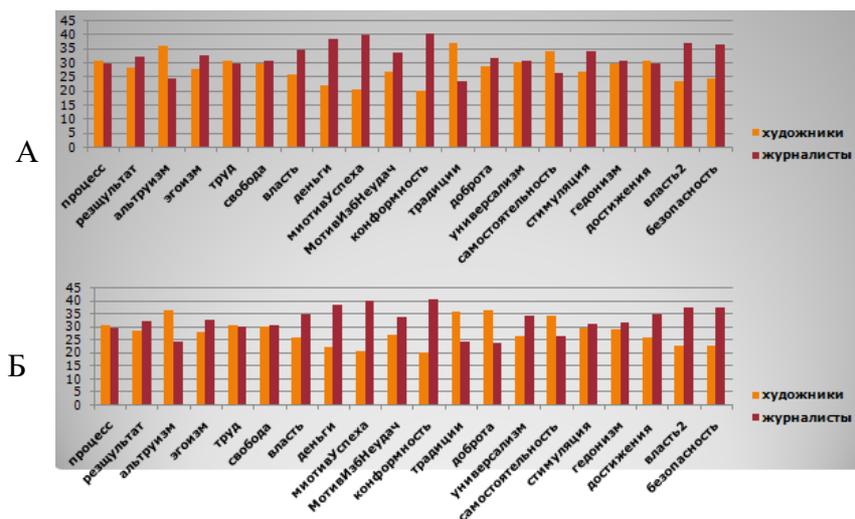


Рис 1. А) Соотношение выраженности типов ценностей и мотивационных установок у студентов художников и журналистов с данными части «Обзор ценностей». Б) Соотношение выраженности типов ценностей и мотивационных установок у студентов художников и журналистов с данными части «Профиль личности».

На основании корреляционного и факторного анализа мы можем сделать обобщающие выводы: В структуре связей ценностей и мотивационных установок личности студентов разных специальностей проявляются как схожие, так и специфические особенности. В частности, обе группы имеют социальную направленность, следуют рамкам социальной парадигмы. Студенты-художники характеризуются преобладающей направленностью на гуманистические, альтруистические ценностные ориентации, тогда как

студенты-журналисты — на прагматические, «собственнические» ценностные ориентации.

Для студентов-журналистов ведущей является ценность власти, тогда как для студентов-художников — ценность универсализма.

А также, современные студенты, независимо от специальности, характеризуются ориентацией на ценность власть, однако более важно то, каким целям в их понимании должна служить власть. Если для студентов-журналистов значимы собственные амбиции, высокий социальный статус, то для студентов-художников — возможность с помощью власти реализовывать свои гуманистические и альтруистические стремления.

И мы считаем необходимым показать студентам-журналистам иной взгляд на обладание властью. Здесь полезным окажется взгляд на власть у художников, которые стремятся к ней, чтобы отдавать от себя, помогать окружающим. Нужно помочь студентам-журналистам научиться преобразовывать власть, грамотно использовать ее, чтобы в тоже время помогать людям и заботиться о благополучии других.

Как мы обнаружили в ходе исследования, художники в большей степени придерживаются строгих норм поведения, нежели журналисты. Но для творческого процесса художников, вдохновения, им бы не мешало жить не только в рамках строго ограниченных норм, но и выйти за их пределы. Здесь бы мы также предложили внедрение в работу со студентами психодрамы, арт-терапии, танцевально-двигательной терапии и других подобных групповых работ.

Comparative analysis of the of valuable orientations and motivational settings of students' personality of different specialties

Abgaryan A.T.

Особенности агрессивности российских и иностранных студентов

Асадбейли Парвин Абульфат оглы

Исследование посвящено сравнению психологических особенностей агрессивного поведения российских и иностранных студентов. Состав выборки — 30 российских и 30 иностранных студентов РУДН и других вузов г. Москвы. Для диагностики уровня агрессивности студентов был использован опросник «Оценка агрессивности в отношениях» А. Ассингера. Для диагностики агрессивных и враждебных реакций — методика «Исследования агрессивности личности», разработанная А. Басом и А.Дарки. В результате сравнительного анализа с помощью U-критерия Манна–Уитни было выявлено, что на статистически значимом уровне нет значимых различий между агрессивностью российских и иностранных студентов, как в целом между выборками, так и между подвыборками юношей и девушек.

Актуальность данного исследования определяется тем, что проблема агрессивного поведения как иностранных, так и российских студентов все больше и больше привлекает внимание специалистов-психологов и социологов, отражая социальные запросы общества, испытывающего на себе усиливающееся воздействие насилия и жестокости. В последние годы отмечается существенное возрастание выражения агрессии у студентов.

Многие современные исследователи считают особенно актуальными кросс-культурные исследования агрессивности, так как эта личностная черта может быть одним из факторов межкультурных и межэтнических конфликтов [1]. В

зарубежных кросс-культурных исследованиях агрессивности было показано, что более высокий уровень ее проявления характерен для индивидуалистических культур по сравнению с коллективистическими [2]. Другие кросс-культурные исследования показали, что агрессивные тенденции, установки и нормы в разных культурах отличаются, и что эти различия прочно устанавливаются в относительно раннем возрасте. Имеющиеся доказательства также указывают на аспекты воспитания детей и родительские ценности, установки как на возможные источники культурных отличий в агрессии. В то же время существуют данные о том, что, отчасти такие аспекты агрессии, как гендерные отличия и установки в разных культурах, могут быть похожи [3].

В отечественной психологии целый ряд кросс-культурных исследований агрессивности был выполнен на основе системно-функционального подхода, разрабатываемого под руководством А.И. Крупнова [1-4; 7 и др.].

Проблема нашего исследования заключается в том, что недостаточно изученные кросс-культурные особенности агрессивности затрудняют решение проблем, создающих различные беспорядки и конфликты в обществе из-за проявления агрессии со стороны российских и иностранных студентов.

Целью исследования являлось определение сходств и различий в проявлениях агрессивности российских и иностранных студентов. Объект исследования — агрессивность как свойство личности, предмет исследования — сходства и различия агрессивности российских и иностранных студентов. Мы проверяли следующие гипотезы: существуют кросс-культурные различия в проявлении агрессивного поведения; российские студенты в среднем более агрессивны, чем иностранные; российские и иностранные юноши агрессивнее, чем девушки.

Основные задачи исследования: 1) провести теоретический анализ исследований агрессивности; 2) эмпирически определить агрессивность российских и иностранных студентов в отношении с окружающими с помощью опросника Ассингера; 3) провести диагностику агрессивных и враждебных реакций российских и иностранных студентов с помощью опросника Басса-Дарки и Ч. Спилбергера; 4) сравнить особенности агрессивности российских и иностранных студентов, выявить сходства и различия.

Эмпирическое исследование проводилось в 2013-2014 году. Были исследованы: 1) 30 российских студентов в возрасте от 18 до 24 лет, из них 15 — девушек и 15 — юношей из различных московских вузов (средний возраст — 20 лет); 2) 30 иностранных студентов в возрасте от 18 до 24 лет, из них 15 — юношей и 15 — девушек из различных московских вузов (средний возраст — 20 лет). В тестировании участвовали студенты из разных стран, таких как: Туркменистан, Азербайджан, Грузия, Греция, Чехия, Мексика, Алжир, Франция, Китай, Тунис, Узбекистан, Киргизия, Украина, Турция, Монголия, Армения, Молдова, Индия, Испания, Албания, Израиль, Иордания, Белоруссия.

В процессе исследования нами была применена методика «Оценка агрессивности в отношениях» А. Ассингера для определения корректности в отношении с окружающими. Затем был проведен сравнительный анализ, а также математическая обработка, в результате которых не были выявлены различия на уровне статистической значимости, поэтому гипотеза о том, что проявления агрессивности у российских студентов сильнее, чем у иностранных не подтвердилась (табл. 1.).

Таблица 1. Средние значения выраженности агрессивности по методике А. Ассингера

Группа	Вся выборка	Юноши	Девушки
Российские студенты	37,2	39,1	38,4
Иностранные студенты	37	38,8	38,2
U-критерий	437	100	106,5
Уровень значимости	$p \geq 0,05$ (не значимо)	$p \geq 0,05$ (не значимо)	$p \geq 0,05$ (не значимо)

Гипотеза о том, что юноши (как и иностранные, так и российские) склонны больше проявлять агрессивное поведение в отношениях, чем девушки, тоже не подтвердилась.

Также нами была проведена диагностика с помощью методик «Ситуативной и личностной тревожности» Ч. Спилбергера и «Исследования агрессивности личности» А.Басса — А.Дарки. По результатам диагностики не было обнаружено статистически значимых различий уровня выраженности критерия общей агрессивности, ситуативной и личностной тревожности у российских и иностранных студентов. Выявлена взаимосвязь между ситуативной тревожностью и агрессивностью, и отсутствие взаимосвязи между личностной тревожностью и агрессивностью в выборках российских и иностранных студентов (таблица 2).

Таблица 2. Сравнительный анализ агрессивности и тревожности у российских и иностранных студентов

	Общая агрессивность		Личностная тревожность		Ситуативная тревожность	
	Юнош и (рос. и ин. студ.)	Девушки (рос. и ин. студ.)	Юнош и (рос. и ин. студ.)	Девушки (рос. и ин. студ.)	Юнош и (рос. и ин. студ.)	Девушки (рос. и ин. студ.)

Среднее	17	17,379 31	1,9661 29	2,2327 59	1,84032 3	1,8603 45
Дисперсия	21,806 45	16,097 5	0,1607 08	0,1091 85	0,46787 41	0,2117 9
Стд отклонение	4,7469 26	4,0831 87	0,4075 1	0,3362 81	0,11842	0,4683 52
U — критерий Манна — Уитни	431,000		267,000		413,000	
U критическое (p≤0,05)	234,000		234,000		234,000	
U критическое (p≤0,01)	227,000		227,000		227,000	

По результатам теоретического и эмпирического исследования мы сделали следующий вывод, что в современной психологии недостаточно исследованы большие группы, в том числе и этносы, а также мало внимания уделялось исследованиям личностных черт в их кросс-культурной специфике, в частности агрессивности, а существующие на данный момент теоретические концепции, как правило, не подтверждены эмпирическим путем. А также в современной психологической науке исследования агрессивности особенно актуальны ввиду того, что по-прежнему ведутся научные дискуссии относительно данной личностной черты и ее проявлений — агрессии, отсутствует общепринятая теория агрессивности. Также актуальность исследования обусловлена тем, что в некоторых случаях проявления агрессии могут быть опасны для общества, т.е. необходимо прогнозирование и корректирование данной личностной черты.

Для проведения более глубокого исследования кросс-культурных различий агрессивности российских и иностранных студентов требуется дальнейший анализ теоретической литературы, увеличение объема выборок, применение других методов математической обработки, а также возможно применение других методик и методов исследования.

Литература

[1] Новикова И.А. Кросс-культурные исследования агрессивности на основе системно-функционального подхода // Теоретические проблемы этнической и кросс-культурной психологии: Материалы Второй Международной научной конференции 26-27 мая 2010 г. В 2 т. / Отв. ред. В.В.Гриценко. — Смоленск: Универсум, 2010, -Т.1. — 332. (с. 186-189).

[2] Bergeron N., Schneider B.H. Explaining cross-national differences in peredirected aggression: A quantitative synthesis // *Aggressive Behavior*. 2005. N 31. P.116-137

[3] Мацумото Д. Психология и культура. СПб.: Питер, 2003.

[4] Дишук Д.А. Особенности агрессивности российских и китайских студентов // Высшая школа: опыт, проблемы, перспективы: Материалы Международной научно-практической конференции. Часть I / Науч. ред. В.И. Казаренков. — М.: РУДН, 2010

[5] Алиайдарай А. Системно-функциональный подход к изучению агрессивности личности сербских и албанских студентов // Личность в межкультурном пространстве: Материалы IV Международной конференции. Ч. I.—М.: РУДН, 2009.— С.218-221.

[6] Галич М.И. Сравнительный анализ агрессивности немецких и русских студентов // Личность в природе и обществе: научные труды молодых ученых. Выпуск 15 (по материалам межвузовских психолого-педагогических чтений. Москва, 25 апреля 2013 г.) / Сост. и науч. ред. А.В. Иващенко, Н.Б. Карабущенко, Е.Н. Полянская. — М.: РУДН, 2013. — С. 10-14.

[7] Галич М.И. Кросс-культурные исследования агрессивности в русле системно-функционального подхода // Системные исследования свойств личности: к 30-летию научной

школы А.И. Крупнова в РУДН: коллективная монография / Научн. ред. А. И. Крупнов, С.И. Кудинов, И.А. Новикова. — М.: РУДН, 2014. — С. 430-445.

[8] Системные исследования свойств личности: к 30-летию научной школы А.И. Крупнова в РУДН: коллективная монография / Научн. ред. А. И. Крупнов, С.И. Кудинов, И.А. Новикова. — М.: РУДН, 2014.

The particularity of aggressiveness in Russian and international students

Asadbeyli Parvin Abulfat oglu

The study is devoted to identify the psychological characteristics of aggressive behavior of Russian and foreign students. The sample includes 30 Russian and 30 international students of PFUR and other Moscow universities. The technique "Evaluation of aggressiveness in relationships" by A. Assinger was used to diagnose the level of aggressiveness of the students. For the diagnosis of aggressive and hostile reactions of the Russian and foreign students had used the technique "Study of personality aggressiveness" by A. Bass and A. Durky. A comparative analysis using U-Mann–Whitney test revealed that no significant differences between the aggression in Russian and international students, and between boys and girls in international and Russian samples.

Связь ценностных ориентаций с механизмом психологической защиты

**Александров И.А., Алексейцева А.С.,
Казинская Е.В., Половенко С.А.**

Отдельные механизмы психологической защиты связаны с ценностными ориентациями личности. Общий уровень психической напряженности обратно связан со стремлением к познанию нового.

Понятие психологической защиты является одним из основополагающих в современной теории личности. В наше время экономической нестабильности, обуславливающей

резкое возрастание факторов стресса в общественном и индивидуальном бытии, для совладения с возросшим числом конфликтов внешнего и внутреннего плана люди вынуждены более интенсивно использовать механизмы психологической защиты и соответствующие формы защитного поведения. Мы считаем, что понимание связи между механизмами психологической защиты и ценностями личности позволит эффективнее налаживать взаимодействие с людьми в разных сферах жизни.

Выдвигая гипотезу о связи психологических защит с ценностными ориентациями, мы исходили из того, что изменение системы внутренних ценностей личности обычно направлено на снижение уровня субъективной значимости соответствующего переживания с тем, чтобы свести к минимуму психологически травмирующие моменты. В частности, *вытеснение* сохраняет нравственные ценности, закреплённые в сознании личности, обеспечивая приличие и благоразумие; суть *рационализации* заключается в отыскании места для испытываемого побуждения или совершенного поступка в имеющейся у человека системе ценностей без разрушения этой системы; при *катарсисе* ценности изменяются так, чтобы травмирующий момент оказывал более слабое влияние на психику личности; *сублимация* требует принятия или, по крайней мере, знакомства с высшими социальными ценностями; при *компенсации* ценности заимствуются у окружающих без анализа и реструктурирования.

Зачастую защитные механизмы, возникающее в ситуации внутреннего конфликта, изменяют содержания сознания, таким образом оказывая непосредственное влияние на систему ценностей, изменяя её в ту сторону, которую требуют обстоятельства для комфортного существования в обществе и с самим собой.

Мы провели эмпирическое исследование с целью проверки выдвинутой гипотезы. Выборка исследования

составила 53 человека, из которых 17 мужчин и 36 женщин. Испытуемые были разной национальности и разного вероисповедания. Возраст испытуемых от 17 до 55 лет.

Для диагностики механизмов психологической защиты мы использовали методику «Индекс жизненного стиля» (Плутчик, Келлерман, Конт). Для исследования ценностных ориентаций мы использовали методику «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности» С.С. Бубнова.

По данным опроса, у большинства опрошенных преобладают такие ценности как, милосердие и потребность в признании и уважении людей. На наш взгляд их преобладание связано с теми условиями, в которых в настоящее время живут люди. В больших городах люди сталкиваются с такими вещами как безразличие окружающих, а нередко с грубостью и излишней жестокостью людей. Видя и ощущая это ежедневно, люди нуждаются в доброте и не получая её начинают сами помогать другим. С милосердием можно связать желание быть признанным и уважаемым в обществе. Обычно человека, который старается, как-то помочь тем, кто нуждается в помощи, начинают уважать. В то же время, делая дела во благо общества, люди получают признание и одобрение других. Если рассматривать признание и уважение отдельно от милосердия, то можно сказать что человек хочет быть вознаграждён за то, что он делает, чтобы усилия, затраченные на то или иное дело, не были напрасны.

Исследование по методике «Индекс жизненного стиля» показало, что в нашей выборке чаще встречались такие механизмы защиты, как рационализация и проекция, в то время как замещение и вытеснение выражены меньше всего. Мы объясняем это тем, что рационализация и отрицание относятся к таким способам защиты, когда личность бессознательно снимает с себя вину за мысли или совершённые им действия, оправдывая себя или

перекладывая вину на другого. В то же время, эти защитные механизмы требуют относительно высокого уровня личностного и интеллектуального развития, они часто используются взрослыми людьми. Не удивительно, что они преобладают и в нашей выборке. Если рационализация и проекция представляют собой мнимое решение проблемы, то вытеснение и замещение несут в себе отказ от реальности. Для человека, как существа разумного, отрицание и замещение не продуктивны, потому что дают психологический комфорт лишь на короткое время.

Далее мы выделили среди испытуемых подгруппы с высоким уровнем психической напряженности (высокой общей выраженностью защит) (19 человек — средний уровень общей напряженности — 53) и с низкой напряженностью (17 человек — уровень общей напряженности — 27). Подгруппа со средней напряженностью на этом этапе была исключена из исследования. Мы провели сравнительный анализ ценностных ориентаций двух выделенных групп с использованием *t*-критерия Стьюдента. Статистически значимых различий выявлено не было. Была обнаружена единственная тенденция к значимости ($p=0,09$) по показателю ценности материального благополучия. Люди с высокой психической напряженностью в большей степени ориентированы на материальные ценности. На наш взгляд, это объясняется тем, что человек, живущий в большом городе, нуждается в отдыхе и смене обстановки, что требует материальных затрат. Так же это можно объяснить тем, что человек, проводящий на работе большую часть своего времени, из-за напряженности не имеет иных интересов в своей работе кроме, как улучшения своего материального благосостояния.

Также для выявления связи между механизмами психологической защиты и ценностными ориентациями мы использовали метод ранговой корреляции Спирмена для всей

выборки. Мы установили, что между ценностями и психологической защитой существуют статистически значимые как прямые, так и обратные связи. Например, *регрессия* обратно связана с ценностью общения и здоровья, т.е. человек у которого преобладает регрессия, меньше стремится к общению и не заботится о своем здоровье. Такую связь можно объяснить тем, что сам вид защиты подразумевает легкомысленное отношение, в данном случае к здоровью. Общение же, видимо, обесценивается от того, что человек, ведущей себя как ребенок, не может установить надежный контакт с людьми, вследствие чего он прекращает попытки наладит эту самую связь.

Отрицание также обратно связано с ценностью общения. Так как смысл отрицания в избегании новой информации, а общение может нести в себе ту самую информацию, против которой психика выставила защиту для сохранения своей целостности, оно так же не несет в себе ценности для субъекта.

Рационализация и *гиперкомпенсация* напрямую связаны с ценностью наслаждения прекрасным. Поскольку прекрасное это то, что доставляет человеку удовольствие, то можно сказать, что когда человек осмысливает ситуацию, таким образом, чтобы предстать перед собой в лучшем свете он получает удовольствие. Также получение удовольствия от столкновения с прекрасным, видимо, позволяет людям компенсировать какие-то неудачи и огорчения.

Также *компенсация* прямо связанна с ценностями милосердия и материального благосостояния. Данная связь в случае с милосердием объясняется тем, что человек видит в себе отрицательные качества, и за счет помощи другим он старается подняться в собственных глазах. В то время как погоня за материальным благосостоянием служит отвлечением от проблемной ситуации.

Общая напряжённость защит обратно связана с ценностью познания нового. Это связано с тем, что человек

в напряженном состоянии не может воспринимать новую информацию или стремиться к новому, потому что напряжённость сковывает его, не давая сосредоточиться на чем-нибудь новом.

Корреляционный анализ показал, что выдвинутая нами гипотеза подтвердилась частично: отдельные защитные механизмы связаны с ценностными ориентациями личности. Общая напряженность психологических защит обратно связана с ценностью познания нового. Понимание связей между этими явлениями может быть использовано при разработке систем мотивации в разных сферах деятельности.

Communication of valuable orientations with the mechanism of psychological defense

**Alexandrov I.A., Alekseytseva A.S.,
Kazinski E.V., Polovenko S.A.**

Психология лжи и эмоции человека

Афанасьева М.В.

Ученые выяснили, что за 10 минут беседы человек врет как минимум 3 раза. Так как же вычислить лжеца? Об этом будет рассказано в данной статье.

Эмоции человека и попытки к их распознаванию предпринимались разными учеными в разное время. Так, более ста лет назад Чарльз Дарвин сказал, что мимические выражения универсальны для всех людей вне зависимости от возраста, пола или расы.

Большой вклад в развитие психологии лжи вложил американский психолог и профессор Калифорнийского университета в Сан-Франциско Пол Экман. В его трудах, таких как: «Психология лжи», «Психология лжи. Обмани меня если сможешь (издание 2)», «Узнай лжеца по

выражению лица» из серии «Сам себе психолог» заложены основные принципы психологии лжеца и способы распознавания лжи.

Изучая невербальное поведение животных и людей можно прийти к выводу, что эмоции, жесты и поведение первых и вторых имеют одинаковую природу.

В данном примере радость, как у обезьяны, так и у человека проявляется в морщинках возле глаз, приподнятых щеках и уголках губ.

Микровыражение — это мимолетное непроизвольное выражение лица, которое люди бессознательно демонстрируют, когда прячут эмоции.

Микровыражения могут отображать 7 основных эмоций человека: гнев, радость, отвращение, презрение, печаль, удивление и страх (рис.2).

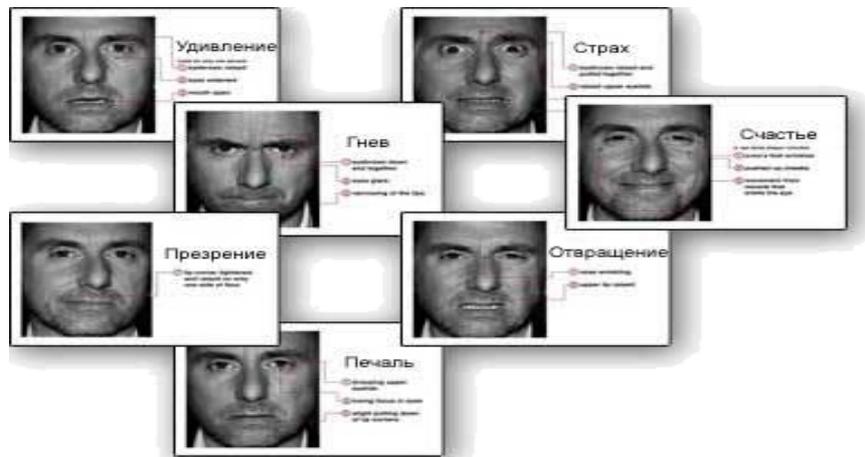


Рис.2. Основные эмоции человека

Зная, как проявляется та или иная эмоция, можно сделать вывод лжет человек или же нет.

Таким образом, когда мы искренне смеемся и улыбаемся, у нас появляются морщинки у уголков глаз, если

же эмоция не настоящая морщинки будут отсутствовать. Даже если человек будет пытаться прищуриться, это станет заметно для опытного наблюдателя. Распознать ложь также легко по такой эмоции как «удивление». Настоящее удивление длится не более одной секунды, при этом приподнимаются брови, и приоткрывается рот. Ложное удивление можно распознать если брови человека стоят в приподнятом состоянии более секунды. Однако, рот может быть приоткрытым в течении 3-5 секунд. Страх на лице человека проявляется в максимально приподнятых бровях, расширенных зрачках, веки при этом уходят вниз и тоже расширены, уголки губ уходят вниз, а рот приоткрыт. При попытках имитации данной эмоции проявляется лишь один из перечисленных признаков. Печаль можно определить по приподнятым вверх внутренним уголкам бровей, сморщенному лбу, уходящим вниз уголкам губ, возможно появление плача. Важно знать про при появлении искренней печали обязательным условием является движение верхней части лица(бровей). Этот факт может помочь при распознавании эмоции человека. Гнев — самая сильная и, пожалуй, самая опасная из эмоций. Опасен гнев тем, что может перерасти в неконтролируемую ярость. Известен тот факт, что большинство убийств и несчастных случаев происходят в состоянии ярости. Если вы хотите узнать от человека правду, нет лучше способа, чем его разозлить, т.к. в гневе человек не способен оценивать ситуацию объективно. Презрение — эмоция, имитировать которую в принципе нет смысла. Проявляется оно в приподнятом уголке губ. Если кто-то осыпает вас комплиментами и восторгается вашими заслугами, но в итоге приподнимает уголок губ, можете не сомневаться, человек врет или пытается втереться к вам в доверие. И последняя из рассматриваемых эмоций — отвращение. Важным фактом является то, что в отличие от презрения, отвращение не может быть направлено в сторону человека. Отвращение может быть вызвано неприятным

запахом или вкусом и проявляется в сморщенном участке по бокам носа.

Несмотря на то, что по выражению лица человека можно узнать основную часть информации, нельзя упускать из виду такие важные детали как жесты и мимика. Есть 7 самых часто встречающихся жестов лжеца: прикосновение к носу, оттягивание воротничка, потирание века, почесывание шеи, пальцы во рту, почесывание и потирание уха, защита рта рукой. Определяя ложь опираясь на пример 1 или 6 важно помнить, что нос или ухо человека могут просто зачесаться. Как правило, нос чешут быстро и целеустремлённо, но если это движение длится достаточно долго, то знайте — человек говорит то, что ему говорить не хочется. Человеку очень тяжело контролировать свои жесты во время того как он лжет, т.к. он сосредоточен на своей лжи, поэтому, когда человек говорит неправду, он не использует жестикуляцию. Когда человек говорит вам ложь, он пытается как будто бы «стать меньше». Например, прижимая к корпусу руки или ноги — одну к другой.

Речь человека выдает его ложь не реже чем мимика и жесты. Так Врун может использовать Ваши слова, чтобы сделать ответ очень похожим на вопрос. «Это ты разбил дальнее окно на втором этаже?» «Нет, это не я разбил дальнее окно на втором этаже». Вместо четкого ответа на вопрос, обманщик будет давать «плавающий» ответ, который может быть понят по-разному. Ваш собеседник может говорить больше чем нужно, добавляя излишние детали, так как будет чувствовать дискомфортно в момент наступления паузы. Когда человек обманывает, он может опускать местоимения и говорить монотонным голосом. Человек может говорить мягко, но при этом грамматически неправильно, запутывая предложения. Если вы заподозрили, что вам лгут, — попробуйте поменять предмет разговора. Если человек действительно вам врет — он охотно сменит тему и будет выглядеть более расслабленным. Обманщик

может использовать юмор и сарказм, чтобы обойти тему. Лжец может совершить оговорку, которая не редко выдает истину. Если вы слышите длинный рассказ с перечислением последовательных действий, и вы сомневаетесь в его правдивости — попросите его проговорить этот рассказ наоборот. Если рассказ лживый, лжец не способен будет его воспроизвести в обратном порядке. Лжецы часто используют обобщенную речь, используя в своей речи слова типа: “все”, “всегда”, “некоторые” и т.д. Всегда уточняйте, какой реальный опыт стоит за этими частями речи.

Помните! Невозможно определить лжеца по какому-то из единичных признаков. Все аспекты должны рассматриваться в совокупности.

Psychology of lies and people emotions

Afanasyeva M.V.

Особенности и различия проявления личностных качеств у руководителей на предприятии и студентов-инженеров

Анфимова Н.И.

В статье описывается психологическое исследование, проведенное в 2013 году. Рассматривается личность руководителя на предприятии (принимали участие руководители разных отделов в рамках предприятий, связанных со строительным бизнесом), а также личность студента-инженера. Анализируются особенности проявления качеств личности. Посредством количественного анализа производится попытка выявить значимость различий.

В представленной работе поднимается вопрос об особенностях проявления личностных качеств в аспекте профессиональной деятельности. Изучается образ руководителя, работающего на успешном предприятии в

условиях существующей конкурентной среды мегаполиса и личность студента, успешно обучающегося в одном из ведущих университетов России. В условиях жизни современного мегаполиса зачастую очень многое зависит от положения человека в профессиональной деятельности и не последнюю роль тут играет вопрос об его личностных особенностях, вот почему является весьма актуальным проведение психологического анализа на предмет особенностей проявления качеств личности успешного руководителя и современного студента. Подобное исследование приобретает практическую и теоретическую значимость в особенности для психологов на предприятии, специалистов, работающих в сфере управления человеческими ресурсами и пр. Исследование помогает увидеть те или иные психологические особенности, выявить некие проблемы которые практикующему специалисту уже можно учитывать при проведении коррекционных, формирующих (актуально в случае со студентами, школьниками), профориентационных или иных работ.

Цель — выявить особенности проявления личностных качеств, рассматриваемых в парадигме пятифакторной модели в исследуемых выборках в аспекте профессиональной деятельности человека.

В данном исследовании принимали участие 2 группы испытуемых. В первую выборку вошли специалисты, занимающие руководящие должности на предприятии. Всего в состав выборки вошло 40 человек, 22 из которых мужчины и 18 — женщины, в возрасте от 27 до 63 лет. Особенностью выборки является то, что ее участники занимают руководящие должности, а также имеют большой стаж работы (от 5 до 42 лет). Во вторую группу вошли студенты инженерного факультета. Всего в выборке 34 человека, 19 — юношей, 15 — девушек, возраста 19–23 лет. Она является контрольной выборкой, ведущей деятельностью у студентов

является обучение, необходимое для их профессионального становления.

В соответствии с поставленными задачами — сравнить особенности проявления личностных качеств между группой руководителей на предприятии и группой студентов; выявить значимость различий между полученными данными — произведен анализ выявленных результатов, для получения которых был применен опросник «Б5» на выявление пяти фундаментальных качеств личности в парадигме пятифакторной модели в адаптации Хромова на экспериментальной выборке, в состав которой входили руководители, а также другой ее вариант в адаптации Грецова на выборке студентов. Поскольку выбранные методики на выходе имели не идентичную структуру баллов для интерпретационного анализа, было проведено шкалирование материала в статистической программе SPSS при помощи операции на z-преобразование.

В результате проведенной работы были составлены сводные таблицы по результативным значениям изучаемых в данной работе характеристик, выявленных в группах, на основе которых подсчитаны среднегрупповые результаты по уровню проявления качеств личности в парадигме пятифакторной структуры в группе руководителей на предприятии и группе студентов инженерного факультета. А также полученные результаты рассматриваемых критериев личности были преобразованы в их процентное значение, что предоставило нам возможность отобразить наиболее наглядным образом особенности их проявления по группам. Также произведен анализ статистической значимости полученных различий между двумя выборками по U-критерию Манна Уитни.

Анализируя результаты теста «Б5» выявлено, что по группе руководителей на предприятии, как и по группе студентов-инженеров, чаще встречаются экстравертивные личности, степень выраженности фактора в группах

практически эквивалентна, однако в большей мере экстраверсия демонстрируется по выборке руководителей. В обеих экспериментальных выборках уровень экстраверсии выражен не ярко (то есть не в крайней степени его проявления).

Далее рассмотрим такую характеристику как доброжелательность или же, как её обозначают в других вариантах перевода, привязанность. Таким образом анализ производится с целью выявления того, что в большей мере характерно для той или иной группы испытуемых — привязанность или обособленность. Выявлено, что по группе студентов в большей мере выражается привязанность (уровень ниже среднего). По группе руководителей демонстрируется нечто среднее — баланс параметров обособленности-доброжелательности. Подобный результат говорит о том, что студенты больше склонны к позитивному отношению к людям. Терпимо относятся к недостаткам других людей, умеют сопереживать, поддерживают коллективные мероприятия и чувствуют ответственность за общее дело. Взаимодействуя с другими, такие люди стараются избегать разногласий, не любят конкуренции, больше предпочитают сотрудничать с людьми, чем соперничать. Отметим, что помимо ведущей обучающей деятельности студентам присуща и социализация, подобный уровень доброжелательности служит инструментом для совместной деятельности среди студенческого общества. Для руководителей с не яркой выраженностью критерия обособленности (не крайнее его проявление) свойственно стремление быть независимым и самостоятельным. Такие люди предпочитают держать дистанцию, иметь собственную позицию и мнение при взаимодействии с другими. В тоже время они и не теряют свойственных для доброжелательности характеристик, что позволяет им сочетать в профессиональной деятельности и сотрудничество, направленность на общее (корпоративное)

дело и достижения своих собственных целей руководителя, выстраивание своей линии задач. Проводя качественный анализ, мы можем сказать, что подобные характеристики личности представляются профессионально обусловленным для роли руководящего специалиста на предприятии.

Анализируя параметр самоконтроль — несобранность (импульсивность) выявили, что в группе руководителей в большей мере развит самоконтроль, нежели у студентов, хотя как в одной, так и в другой выборке демонстрируется собранность (на среднем уровне ее проявления). Это говорит о том, что участникам обеих экспериментальных выборок присуща добросовестность, волевая регуляция поведения. Участникам данного исследования свойственны настойчивость в деятельности и достижение в ней высоких результатов. То есть, качественно подтверждается, что люди, которые действительно добились положительных результатов в профессиональной сфере — руководители, не склонны проявлять импульсивности, а напротив достаточно собраны.

Интересным представился результат, выявленный по критерию эмоциональной устойчивости (в противопоставленность ему — эмоциональная неустойчивость (нейротизм)). Сравнительный анализ показал, что в большей мере нейротизм присущ руководителям на предприятии, чем студентам-инженерам. Это говорит о том, что студенты являются более уверенными в своих силах. Студенты меньше склонны расстраиваться из-за неудач, чаще пребывают в хорошем расположении духа, чем в плохом. Это можно обосновать тем, что в силу своей большей ответственности и сознательности, руководители более критично склонны оценивать себя, свои действия и свои ошибки. Осознание цены ошибки вызывают тревогу ожидания неприятности. Ведь руководитель в конечном итоге должен самостоятельно принять то или иное решение, выбрать линию задач, опираясь на опыт и порой рискуя чем-

то. Вот и получается, что в руках руководящего специалиста больше ответственности, чем у исполняющего обязанности, и осознание этого может вызывать тревогу (нейротизм).

Анализируя параметр открытость — закрытость к новому опыту (в другом переводе также характеризуются как экспрессивность — практичность) выявили, что в группе руководителей в большей мере проявляется открытость к новому опыту, нежели у студентов, хотя как в одной, так и в другой выборке демонстрируется открытость к новому (на среднем уровне ее проявления). Это говорит о том, что участникам обеих экспериментальных выборок присущи удовлетворение своего любопытства, проявление интереса к различным сторонам жизни. Уровень экспрессивности выражен на среднем уровне. Вероятно испытуемые легко обучаются, при этом способны и к недостаточно серьезному отношению к систематической деятельности, избегают рутинной работы, так как открыты к постижению нового. Как уже было выше описано в качественном анализе касаясь параметра «нейротизм», руководители (экспрессия у них выражена больше) часто доверяют своим чувствам и интуиции, и, хоть внутренне ощущают тревогу неудачного выбора, внешне может показаться, что открытые к новому руководители «поверхностные» или беззаботны в принятии решения. Выявление подобного результата представляется нам весьма значимым, ведь, реализуя практическую рабочую деятельность, психолог на предприятии, учитывая подобные данные, имеет возможность грамотно выстраивать комплекс работ.

Для наглядного отражения изложенного выше качественного анализа об особенностях проявления и степени выраженности личностных качеств ниже приведены графики, иллюстрирующие данные по выборкам в процентном эквиваленте (Гр.1, гр.2).

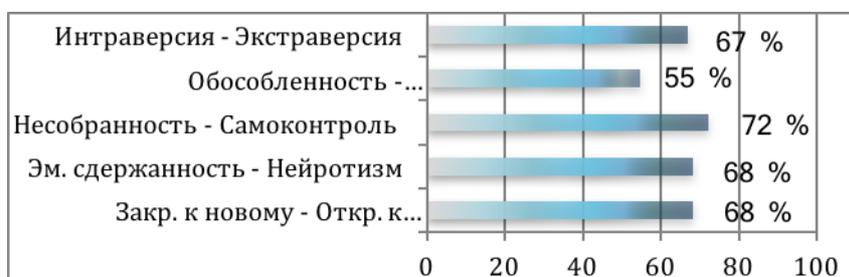


График 1. Особенность проявления выраженности показателей качеств личности по группе руководителей на предприятии

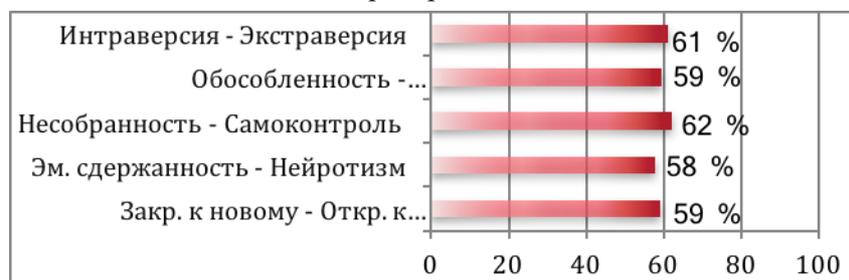


График 2. «Особенность проявления выраженности показателей качеств личности по группе студентов»

Сравнив уровни выраженности компонентов «Большой пятерки» между группой руководителей на предприятии и группой студентов-инженеров, перед нами стояла задача определить, значимы ли выявленные групповые различия. Для расчета статистической значимости между показателями нами был применен математический расчет U-критерия Манна Уитни. Выявленных значимых различий нет.

Хотя количественный анализ не выявил значимых различий между проявлением личностных качеств, рассмотренных в парадигме пятифакторной модели, все же, качественный анализ позволил нам отметить особенности их проявления. Так мы отметили, что руководители больше склонны к нейротизму, чем студенты-инженеры и возможно это связано с тем что уровень сознательности у первых

проявляется несколько выше. Присущее участникам выборки руководителей такое качество как «открытость к новому» (экспрессивность) на практике у окружающих может создавать впечатление беззаботности, что в свою очередь составляет лишь образ, который для реализации, к примеру, успешной руководящей деятельности в какой-то мере и необходим. Подобные результаты представляются важными для практической деятельности психолога. Так, например, учитывая выводы полученных в исследовании результатов, психолог на предприятии может учитывать, что за образом успешного беззаботного руководителя-новатора может скрываться повышенный уровень нейротизма, который необходимо сводить к норме.

Литература

[1] Хромов А.Б. Пятифакторный опросник личности — Учебно-методическое пособие Курган: Изд-во Курганского гос. университета, 2000. — 23 с.

[2] Энциклопедия психодиагностики: <http://psylab.info>.

[3] Superman, R., & Ickes, W. (2009). Big Five predictors of behavior and perceptions in initial dyadic interactions: Personality similarity helps extraverts and introverts, but hurts "disagreeables". *Journal of Personality and Social Psychology*, 97, 667-684.

[4] McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2003). *Personality in adulthood* (2nd ed.): A Five-Factor Theory perspective. New York: Guilford.

Peculiarities and differences of manifestation of personal leaders' qualities in the company and students engineers

Anfimova N.I.

Особенности мотивации студентов в сетевом взаимодействии

Анхбаяр Т., Сунгурова Н.Л.

В статье анализируются особенности мотивации информационно-компьютерной деятельности студентов в связи с разными стратегиями сетевой активности, уровнем психологической эффективности взаимодействия с компьютерными технологиями.

В настоящее время высказывание «XXI век — век информационных технологий» наиболее точно описывает пространство, в котором растёт, развивается и реализуется современный человек. Современное общество характеризуется возрастающей активизацией процессов компьютеризации. Информационные технологии пронизывают практически все сферы деятельности человека.

Как отмечает А. Е. Войскунский, информационная среда, наряду с природной, пространственно-географической, социальной, культурной, ландшафтно-архитектурной и др., играет все более значительную роль в профессиональной деятельности и в повседневной жизни современного человека [1].

Появление персональных компьютеров и развитие сетевой технологии способствовало тому, что взаимодействие человека с компьютером стало не только компонентом образовательной и игровой деятельности, но и частью его жизни, повседневной деятельности, формы коммуникации. Одним из важных аспектов психологических исследований новой деятельности является изучение его мотивационной основы. Актуальность данной проблематики состоит в том, что в настоящее время существует явная необходимость изучения мотивации сетевой активности, так как известно, что сетевая деятельность охватывает

практически все сферы жизнедеятельности человека и оказывает влияние на него в целом.

В России первые психологические исследования мотивации пользователей Интернет были проведены О.Н. Арестовой, Л.Н. Бабаниным, А.Е. Войскунским. Выявлено, что в основе полимотивированной деятельности пользователей Интернета лежат следующие виды мотивов:

- деловая мотивация;
- познавательная мотивация;
- мотивация сотрудничества;
- мотивация самореализации;
- рекреационная и игровая мотивация;
- аффилиативная мотивация;
- мотивация самоутверждения;
- коммуникативная мотивация [1].

Наиболее обобщенные мотивационные группы можно представить следующим образом.

Пользователи с выраженной коммуникативной мотивацией. Они увлечены Интернетом настолько, что предпочитают обычному общению пребывание в Интернете. Их интересы в значительной степени связаны с неформальным общением посредством Интернета, поиском общения с интересными людьми.

Пользователи, мотивация которых связана с различными вариантами личностного самоутверждения (аффилиация, самооценка, достижение статуса и авторитета, любое социальное самовыражение). Этих пользователей характеризует более деловой подход к Интернету, они осознают его ограничения как формы общения. Интернет является не личностной целью, а средством самоутверждения и достижения профессиональных, деловых целей. [2]

Виды мотивации проявляются в различных видах направленности деятельности пользователя Интернета:

познание, сотрудничество, помощь другим пользователям, интеллектуальная и творческая самореализация, поиск единомышленников, стремление найти свой круг общения, социальное самовыражение. К основным сферам проявления мотивационной регуляции в деятельности пользователя Интернета были отнесены: содержательная направленность интересов пользователей, реализуемая в форме обращения к различным типам информационных источников; оценка психологических последствий работы в Интернете; оценка пользователями значимости Интернета и характера его воздействия на собственную личность и деятельность; осознанное представление пользователей о собственных мотивах.

Среди пользователей Интернета можно выделить различные типы в зависимости от типа ведущей мотивации. Одну группу составляют респонденты с выраженной коммуникативной мотивацией. Эти пользователи, по сути, увлечены Интернетом настолько, что предпочитают его общению вне сети. Их интересы в значительной степени связаны с неформальным общением посредством Интернета, поиском общения с интересными людьми. Другую группу составляют пользователи, мотивация которых связана с различными вариантами личностного самоутверждения (аффилиация, самооценка, достижения статуса и авторитета, компетентная помощь, социальное самовыражение). Этим пользователей характеризует более деловой подход к Интернету, они осознают его ограничения как формы общения. Работа в Интернете, по сути, является не личностной целью, а средством самоутверждения и достижения профессиональных, деловых целей. Причем средством универсальным, т.к. с его помощью возможно самоутверждение в различных сферах — личностной, познавательной, социальной, профессиональной.

Полученные результаты говорят о том, что Интернет в своем развитии прошел путь от профессиональной среды

общения программистов к среде свободного общения, реализующей более широкие, по сравнению с профессиональными, личностные интересы. Эти данные говорят об уменьшении веса мотивов делового и профессионального характера в деятельности пользователей Интернета. Напротив, мотивы коммуникативного, рекреационного направления, личного общения приобретают все большую представленность в системе мотивационной регуляции [4], [5].

На базе Российского университета дружбы народов нами было проведено пилотажное исследование с целью определения особенностей мотивации личности студентов с разными типами сетевой активности. В исследовании приняли участие студенты филологического факультета по направлению «Психология» и студенты факультета социально-гуманитарных наук по направлению «История». Общий объем выборки составил 40 человек. Средний возраст респондентов составлял 20-21 лет. Средний стаж работы с интернетом: 9-10 лет. Проведенное эмпирическое исследование выявило следующие особенности.

Большинство студентов (51%) удовлетворены взаимодействием с информационно-компьютерными технологиями, 41% испытуемые активно ими пользуются и отмечает достаточную удовлетворенность ситуацией взаимодействия с компьютером. Только 8% испытуемых не удовлетворены взаимодействием с компьютером.

На основе сравнительного анализа двух выборок было выявлено различие в уровне психологической эффективности взаимодействия с компьютерными технологиями. Так, у студентов историков отмечается тенденция к более высокому уровню эффективности информационного взаимодействия. Однако, статического различия не обнаружено по данной шкале.

По характеру вовлеченности и степени Интернет-взаимодействия по опроснику поведения в Интернете

(А.Жичкиной) определились три вида сетевой активности студентов. «Активность в восприятии альтернатив» свойственна респондентам с выраженным стремлением к поиску своей идентичности, стремлением испытать новый опыт, который невозможно испытать в реальной жизни. Проявляется в интересе читать чужие сообщения, просматривать сайты, порталы разного информационного содержания, выражать оценочное отношение к фото или видео материалу. Данная группа студентов составляет 15% всей выборки. «Активность в действии» характерна для людей со слабо выраженной социально-ролевой составляющей. В сети они часто знакомятся первыми, предлагают свою тему для обсуждения, обычно выходят в сеть, нечетко представляя свой личный статус. Процентное распределение студентов, активных в действии, составляет 65%. «Интернет-зависимость» связана с восприятием Интернета как среды, способной дать эмоциональную поддержку, справиться с грустью и одиночеством, предоставить возможность самовыражения и самопрезентации. Это люди с повышенной чувствительностью к социальным ограничениям. Склонность к выбору данной стратегии выявилась у 20% студентов общей выборки [2], [4].

Исследование мотивации использования информационно-компьютерных технологий выявило следующие тенденции. Основными мотивами использования сетевых ресурсов студентами являются поиск различной необходимой для них информации, в том числе новости, научно-популярные и другие статьи или видеоролики, общение со своими знакомыми в реальной жизни. Студенты-историки пользуются Интернет-ресурсами в большей степени с профессиональной целью, а студенты-психологи ради интереса и увлечения. Общий показатель мотивация использования компьютерных технологий у студентов-историков выражен в большей мере.

Корреляционный анализ с помощью коэффициента Спирмена показал ряд статистически значимых взаимосвязей между стратегиями сетевой активности и видами мотивации.

Шкала активности в действии положительно коррелирует с мотивацией на процесс решения учебных задач с использованием компьютерных технологий, в том числе в профессиональной сфере, и с мотивацией виртуальной самопрезентации, т.е. чем более склонны студенты к выбору данной сетевой стратегии поведения, тем в большей мере выражены у них мотивация для решения задач и мотив самопрезентации себя в сети. Шкала активности в восприятии имеет положительную связь с мотивацией общения, т.е. стремление к поиску своей идентичности посредством сети связана с мотивацией общения. Шкала Интернет-зависимость имеет положительную корреляцию с мотивацией виртуальной самопрезентации, чем больше склонность к поиску эмоциональной поддержки в сети, стремление к самовыражению, тем выраженнее мотив виртуальной самопрезентации.

Проанализированы корреляции показателей стратегий, мотивации и психологической эффективности по каждой группе студентов. Специфичными для студентов-историков являются положительные корреляции показателей эффективности по шкале активности в действии и мотивации на процесс решения учебных задач с использованием компьютерных технологий, в том числе в профессиональной сфере, и активность в действии положительно коррелирует с мотивацией общения, мотивацией на процесс решения учебных задач с использованием компьютерных технологий, в том числе в профессиональной сфере. В группе студентов-психологов выявилась положительная корреляция между активностью в восприятии альтернатив и мотивацией общения [5].

Полученные нами результаты эмпирического исследования представляют интерес и задают направление последующей исследовательской работы.

Литература

[1] Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смылова О.В. Интернет: воздействие на личность. Психология зависимости: Хрестоматия/сост. К.В. Сельченко. — Мн.: Харвест, 2004. — 592 с.

[2] Жичкина А.Е. Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста / Автореферат дисс. кандидата психол. наук. — М., 2001. — 199с.

[3] Карабущенко Н.Б., Сунгурова Н.Л. Психологическая эффективность информационного взаимодействия студентов в образовательном пространстве// Humanitarian Bulletin SU "Pereyaslav-Khmelnytsky Pedagogical University by H.Skovoroda"- Supplement 1 to Vol.5, Volume IV (55): Thematic Issue " Higher Education in Ukraine in the context of integration into the European education space". — Ukraine, Kiev, Gnosis, 2014. — p. 184-191

[4] Сунгурова Н.Л. Мотивационная регуляция сетевой активности студентов // Актуальные проблемы психологии и педагогики в современном мире: сборник научных трудов участников международной конференции. — М., РУДН, 2013. — с. 219-224

[5] Сунгурова Н.Л. Индивидуально-личностные особенности студентов в информационно-психологическом пространстве / Н.Л. Сунгурова. — Москва: РУДН, 2014. — 170 с.

Features of motivation of students in networking

Ankhubayar Tegshjargal, N.L. Sungurova

The article analyzes the student's features of motivation for information and computer activity with the different strategies of network activity the level of psychological efficiency of interaction with computer technology.

Самоактуализация личности и преодоление стрессовых ситуаций с помощью копинг-стратегий

Ветрова А.О.

Россия за последние 30 лет круто изменила свои социальные и политические взгляды, естественно это отразилось на жизни и жизненных взглядах всех слоев российского общества. Довольно большой процент россиян еще помнит время, когда жизнь отдельного человека планировалась государством целиком и полностью от рождения до смерти. Довольно большой процент россиян сам планирует свою жизнь без вмешательства каких-либо социальных институтов и государства. Как те, так и другие, хотят достигнуть положительных результатов и все чаще обращаются к помощи психологов. Вопросы самоактуализации, достижения максимального по жизни КПД ставятся человеком в довольно молодом возрасте. Сейчас молодые люди могут сделать большой карьерный рывок в очень короткое время. Это всегда большое напряжение сил и прохождение через большое количество стрессовых ситуаций.

Психология стала рассматривать вопросы самоактуализации как научный аспект еще в 19 веке. Немецкий ученый К. Гольдштейн понимал самоактуализацию как основной и по существу единственный мотив в человеческой жизни, мотив удовлетворения потребностей. Поскольку проблема очень многогранна, и даже сама постановка вопроса неоднозна, все больше и больше психологов подключались к поиску решения, возникло несколько взглядов и методов решения этой задачи. Видные зарубежные и отечественные психологи внесли свой вклад. Одним из ярких представителей гуманистической психологии был А.Маслоу, который посвятил свою жизнь исследованию этого процесса. Сам

Абрахам Маслоу охарактеризовал самоактуализацию как желание человека стать тем, кем он может стать (А.Маслоу,1997). Из отечественных ученых можно рассмотреть понимание самоактуализации И.А. Витиным как процесс непрерывный, предполагающий осознание личностью перспективы собственного и общественного развития, умение видеть альтернативы, осознание ответственности за свой выбор, овладение индивидуальным стилем деятельности благодаря делу, которое человек делает своим (Е.Е.Вахромов,2005).

Первая наиболее масштабная стрессовая ситуация возникает у молодых людей, окончивших школу. Нет еще опыта, терпения, знаний, но уже стоит необходимость принять решение. Учиться дальше или не учиться, где учиться, где работать, оставаться жить с родителями или уходить из родного дома. Как сделать верный выбор, соответствующий твоему внутреннему «Я»?

Автору статьи было интересно как ведут себя люди после выбора, как преодолевают трудности и какие стратегии применяют при решении новых жизненных ситуаций. Насколько сильно выявлен личностный потенциал именно на этом этапе. С этой целью было осуществлено исследование.

Эмпирическое исследование было проведено в 2013-2014 учебном году на базе филологического факультета РУДН. В исследовании принимали участие 30 человек, 30 студентов младших курсов в возрасте от 18 до 23 лет (23 женского пола и 7 мужского пола).

Для изучения связи стратегий и моделей преодолевающего поведения и уровня самоактуализации личности были использованные следующие методики: диагностика самоактуализации личности (А.В.Лазукин в адаптации Н.Ф.Калина), опросник SACS, «Стратегии преодоления стрессовых ситуаций» (С.Хобфолл, 1994). Целью первой методики является выявление общего

личностного потенциала, способности человека к саморазвитию, самореализации сильных сторон личности. Цель опросника — оценка поведенческих стратегий и моделей преодолевающего поведения.

В результате анализа самоактуализации личности и стратегий преодолевающего поведения студентов младших курсов можно сделать следующие выводы:

Студенты младших курсов четко разграничивают ценности и манипулятивные действия, относя их к разным полюсам оценки личности. Застенчивость и излишняя робость, скованность движений мешают более информативному познанию. Студенты пробуют применять различные коммуникативные подходы к людям для завязывания дружеских отношений, долгосрочных партнерских связей. Личности, осознающие свою реальную самооценку менее склонны к агрессивным проявлениям в стрессовых ситуациях. Коммуникабельность и гибкость в общении создают возможность для нахождения помощи извне при стрессовых ситуациях.

Анализ уровней самоактуализации и стратегий преодолевающего поведения показал, что на младших курсах идет процесс формирования здорового поведения, который связан с целями, направленными на удовлетворение своих желаний. Еще нет страха перед риском неудачи, неприятия, спонтанных действий, открытого обсуждения своих надежд и предъявления претензий.

Это лишь малая часть возможных исследований в данном направлении. Интересно было бы исследовать и сравнить уровень самоактуализации и ее связи с копинг-стратегиями в различных социальных группах, их возрастные изменения.

Литература

[1] Вахромов Е.Е. Развитие теории самоактуализации в отечественной педагогике и психологии // Потенциал личности:

комплексная проблема. Материалы второй Всероссийской Internet-конференции/Отв.ред Е.А. Уваров. — Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2003 (с.345-351)

[2] Маслоу, А. Психология бытия Текст. / А. Маслоу. М. : РЕФЕЛ-БУК, 1997.-300 с.

Self-actualization and stress overcoming with the help of coping strategies

Vetrova A.O.

Определение уровня общительности среди студентов Африки, Латинской Америки и России

Воликова А.Р

Данная статья посвящается изучению общительности, как свойства личности, и сравнению выраженности этого свойства у представителей России, стран Латинской Америки и стран Африки, где официальным языком является французский язык. Актуальность исследования связана с развитием интернациональных связей и межличностного общения представителей разных культур и национальностей. Гипотеза исследования: общительность как личностное свойство сильнее выражено у представителей стран Латинской Америки. В исследование приняло участие 90 человек в возрасте от 18 до 25 лет, мужского и женского пола. В исследование была подтверждена гипотеза и был выявлен более высокий уровень общительности у представителей стран Латинской Америки. В дальнейшем полученные данные могут быть использованы в рамках ведения курсов «Психология общения» и «Социальная психология».

Исследование посвящено изучению общительности, как свойства личности, и сравнению выраженности исследуемого свойства у представителей России, стран Латинской Америки и стран Африки, где официальным языком является французский.

Актуальность исследования ярко выражена в том, что в последнее время большое значение имеет межкультурное взаимодействие. В связи с развитием интернациональных связей значительное внимание следует уделять и межличностному общению среди представителей разных культур. Данное общение необходимо сделать более эффективным и приносящим плоды в различные сферы деятельности. Мы можем считать, что если межличностные контакты эффективны, то и результат деятельности становится более объективным. С расширением международного сотрудничества растет и интерес к изучению такого свойства личности, как общительность.

Целью исследования является выявление и сравнительный анализ уровня выраженности общительности как личностного свойства у представителей франкоговорящих стран Африки, Латинской Америки и России.

Гипотеза данной работы заключается в том, что общительность как свойство личности имеет более высокий уровень и сильнее выражена у студентов стран Латинской Америки.

В исследовании принимало участие 90 человек в возрасте от 18 до 25 лет, мужского и женского пола (по 30 представителей стран России, Африки и Латинской Америки).

По результатам проведенного исследования можно сказать, что среди испытуемых из стран Латинской Америки, Африки и России отмечаются разные показатели.

Студенты из России имеют самый низкий уровень общительности, по сравнению с африканскими и латиноамериканскими студентами. Но при этом показатели результата методики, использованной в данном исследовании касательно российских студентов, не являются слишком низкими. Таким образом, можно сказать, что студенты из России имеют средний уровень общительности

и их можно охарактеризовать как достаточно коммуникабельных.

У африканских студентов, по результатам исследования, был выявлен более высокий уровень общительности, чем у российских студентов, что дает им характеристику любознательных, терпеливых и толерантных в общении, легких на подъем и легко идущих на контакт.

Испытуемые, которые являются представителями стран Латинской Америки, имеют самый высокий результат. Мы можем сказать, что латиноамериканские студенты идут на контакт легче, чем африканские, и более открыты.

Несмотря на это, результат студентов из стран Латинской Америки очень близок к результату представителей Африки. После проведенного математического анализа, где был выявлен коэффициент ранговой корреляции Спирмена, мы можем утверждать, что две данные выборки схожи в своих результатах.

В заключении следует отметить, что проблема, поднятая в исследовании, является особенно актуальной, т.к. в наше время быть необщительным человеком просто невозможно. Но все-таки получается, что из-за своего характера, своей культурной принадлежности мы иногда бываем открыты окружающим, а иногда просто замыкаемся в себя.

Если говорить о проделанной работе, то отмечу, что поставленные в работе задачи были нами выполнены. А именно: был проведен сравнительный анализ и выявлен уровень выраженности общительности среди трех групп испытуемых, который показал, что представители стран Латинской Америки самые коммуникабельные.

Гипотеза проведенного исследования заключалась в том, что общительность как личностное свойство сильнее выражена у представителей стран Латинской Америки. Таким образом, гипотеза исследования доказана и подтверждена.

Полученные данные мы будем использовать в своих дальнейших исследованиях, а также в педагогическом процессе и в рамках ведения курса «Психология общения» и «Социальная психология».

Литература

[1] Ананьева Н.А. Характеристики лиц, претендующих на «общительность» // Социально-психол. и этико-правовые аспекты в исследовании личности. Межвузовский сб. науч. тр. Елец, 2002.

[2] Ананьева Н.А. Диагностические принципы распознавания коммуникативных качеств личности // Ученые записки. Рос. гос. социального ун-та. № 5. Спецвып. М., 2006.

[3] Кон И.С. К проблеме национального характера // История и психология. М., 1971.

[4] Крупнов А.И. Психологическая структура общительности, ее половозрастные и национально-этнические особенности. М.: Институт молодежи, 1996. — 70 с. (в соавт.)

Determining the level of sociability among students from Africa, Latin America and Russia

Volikova A.R.

This article is dedicated to the study of sociability, as the properties of the individual and the severity of this property over the representatives of Russia, Latin America and Africa, where the official language is French. The relevance of the research related to the development of international relations and interpersonal communication between representatives of different cultures and nationalities. The hypothesis of the research: communicative as personal property is more pronounced among representatives of the countries of Latin America. The study involved 90 people aged 18 to 25 years old, male and female. The study confirmed the hypothesis was identified and a higher level of sociability of the representatives of the countries of Latin America. In the future, the data obtained may be used in the conduct of the course "Psychology of Communication" and "Social Psychology".

Роль телеканала «Россия — Культура» в формировании идеалов и нравственных ценностей у массового зрителя

Голубева О.В., Щетинина Е.А.

Статья посвящена проблеме исчезновения программ элитарного характера на телевидении. Авторы, проанализировав программы телеканала «Россия- Культура», выясняли, что канал потерял свою первоначальную идею, направленную на передачу высоких идеалов элите. Авторы предлагают найти некую "золотую середину" для того, чтобы просвещать массы, но при этом не потерять свою индивидуальность среди каналов массового производства.

В современном мире телевидение занимает одно из наиболее ключевых мест. Кроме того, телевизионная индустрия представляет собой наиболее динамично развивающуюся сферу СМИ. Но развитие средств массовой информации привело к формированию так называемой массовой культуры, упрощенной в смысловом и художественном отношении, технологически доступной для всех. Массовая культура, особенно при ее сильной коммерции, способна вытеснять и высокую, и народную (традиции народа) культуры. В условиях индустриального общества и научно-технической революции человечество в целом обнаружило отчетливо выраженную тенденцию к шаблонности и однообразию в ущерб любым видам оригинальности. К сожалению, такая культура в 21 веке наиболее успешна среди телезрителей, примером тому служит «Первый канал», количество просмотров доходят до 98,8% [1] Изучив эфирную сетку «Первого канала», приходим к выводу, что развлекательный контент является преобладающим на телеканале (или составляет большую часть эфирного времени), в то время как культурно — просветительские программы занимают небольшую долю от общего количества программ. В связи с этим можно говорить о том, что основными функциями телевидения становятся —

информирование и развлечение. Поэтому мы задались вопросом, остались ли элементы элитарной культуры на телевидении, которое способно воспитывать вкус, развивать гуманистическое мышление и образовывать зрителя.

Авторы убеждены, что просветительские программы телеканала «Культура» можно отнести к элитарному искусству. Широчайший спектр программ, посвящённых различным направлениям культурной и общественной жизни — живописи, музыке, театру, литературе, кино, науке, образованию и многим другим ("Линия жизни", "Худсовет", "Новости культуры", "Искусственный отбор"). В эфире канала содержатся новости культуры, встречи с интересными людьми, документальные сериалы, лекции ведущих отечественных и зарубежных учёных, дискуссии по самым разным сферам жизни общества и т. п. Цель канала — противостояние разрушительным тенденциям современного коммерческого телевидения. Сами создатели телеканала «Культура» говорят, что у значительной части интеллигенции доверие к государству после создания канала должно было резко возрасти: такой невероятно-прекрасной казалась мысль о том, что в эпоху «жестокоего рынка» государство ещё способно заботиться о просвещении. Даниил Гранин в своем интервью заявил: «канал «Культура» — это место встречи с подлинно интересными людьми, мнение которых я разделяю, иногда спорю, иногда не соглашаюсь». [2]

В качестве примера, рассмотрим телепрограмму «Худсовет», выходящую каждый день в вечерний эфир канала. Программа представляет собой актуальные интервью с деятелями культуры. Но, к сожалению, данная программа не обладает высоким рейтингом. Приведем мнение создателей программы: «...наш рейтинг априори гораздо ниже, чем у телеканала "широкого потребления". Конечно, если под культурой мы будем иметь в виду шоу-бизнес, боевики-телесериалы и тому подобное, и, соответственно,

показывать это все на нашем канале, то в таком случае все разговоры о низкой популярности "Культуры" окажутся несостоятельными».[4] Авторы также считают нужным отметить программу «Главная роль». Это непринужденная беседа Юлиана Макарова с известными личностями: писателями, музыкантами, актерами, учеными. Беседа ведется на тему творческой и научной деятельности героев передачи, в отличие от программы Первого канала «Наедине со всеми», где ведущая Юлия Миньшова, беседуя с известными деятелями культуры и представителями шоу-бизнеса, интересуется не столько фактами, сколько чувствами. Когда мы видим деятеля элитарной культуры, мы ожидаем, что программа будет обращена к его творчеству, но в программе Юлии Миньшовой (эфир от 01.10.2015), вопросы оперной певице Любови Казарновской не несли профессионального характера, а отражали скорее личные переживания, тем самым удовлетворяя интерес массовой аудитории. Стоит отметить также и внешний вид ведущего программы «Главная роль»: его стиль одежды и поведение соответствуют журналистской этике и стандартам. «Макаров умен, образован, интеллигентен. Это вовсе не комплимент ему, а просто базовое условие программы, которую он ведет на канале "Культура"», — заметил Валерием Выжutowич. [5]

Необходимо также выделить и другие проекты на телеканале «Культура». На протяжении многих лет практикуется показ спектаклей и симфонических концертов, устраиваются вечера романсов. Например, спектакли "Кошка на раскаленной крыше" (эфир от 03.10.15), «Князь Игорь» (эфир от 04.10.15), "Дядя Ваня" (эфир от 26.09.15), "Ханума" (эфир от 27.09.15), Балет "Раймонда" (эфир от 11.10.15).

"Не делайте бисквиты в плохом настроении" эфир от 10.10.15

Сегодня в значительной степени определяют лицо канала "Россия — Культура" и разнообразные ток — шоу. («Правила жизни», «Смотрим и обсуждаем») Как правило,

они идут в удобное для зрителей время и собирают достаточную аудиторию. Таким образом, погоня за рейтингом повлекла за собой внедрение в эфир канала «чужеродных» (массовых) программ. По данным TNS Media, в период с 30 апреля по 6 мая 2012 года среднесуточная доля телеканала составила 1,8 %, что выше на 0,4 по сравнению со среднесуточной долей канала в этот период 2011 г. [6]

Наиболее ярким примером является программа «Большая опера», конкурс профессиональных оперных исполнителей, задача которого популяризировать оперу. Организаторы конкурса «Большая опера» надеются, что благодаря этой программе классика станет доступной для широких масс. Первые два сезона "Большой оперы" прошли на телеканале "Россия — Культура" в 2011 и 2013 годах и вызвали огромный зрительский интерес, став одними из самых успешных проектов телеканала. С одной стороны "Большая опера" удачно сочетает в себе элементы шоу и академического концерта, одновременно развлекает и прививает вкус к хорошей музыке, но с другой стороны данный проект имеет все признаки синтетического жанра, а значит уходит от канонов классического искусства. «Обыкновенный концерт» с Эдуардом Эфировым, в котором собраны уникальные архивные записи лучших исполнителей российской эстрады, на наш взгляд, еще одно доказательство погони за рейтингом. Эстрадное искусство как таковое является элементом массовой культуры, что противоречит основной цели канала «Культура».

Частое появление в программе «Белая студия» представителей массовой культуры таких, как Н.С. Михалков, Ф.С. Бондарчук, Д. Козловский, поп-группа «А — студия» и др. говорит о том, что канал отходит от своей первоначальной идеи. Наше мнение подтверждает Игорь Золотусский, он приурочивает «Россию-Культуру» ко всем остальным телеканалам: «Сейчас на ТВ — и в том числе на канале «Культура» — физиогномическая тавтология,

физиогномическое уныние и тоска», — пишет литературный критик. [7]

Сохранение и дальнейшее формирование единого социокультурного пространства России — одна из основных задач культурно-просветительского телевидения страны, представленная общероссийским государственным каналом "Россия-Культура". Это, в свою очередь, невозможно без воздействия на широкую аудиторию путём передачи общих социальных идеалов и нравственных норм, которые могут быть усвоены зрителями в качестве ценностей.[9]

Литература

- [1] <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
- [2] Лица телеканала «Культура» / Попечительский совет // www.tvkultura.ru/page.html?cid=1604
- [3] www.tv.yandex.ru
- [4] Владимир Д.К., Тренева Е.А. "Культура" — для зрителей, а не для рейтинга // Российская газета, 2003.18 сентября
- [5] <http://www.rg.ru/2012/07/05/makarov.htm>
- [6] Лица телеканала "Культура"/Попечительский совет // www.tvkultura.ru/page
- [7] Телеканал «Культура» и культура / Дискуссия // Искусство кино, 1999
- [8] <http://www.mediascope.ru/old/node/363>

The role of the TV channel "Russia — Culture" in the formation of ideals and moral values among the mass audience

Golubeva O., Shchetinina

Специфика межкультурной адаптации и индивидуально-личностных факторов у монгольских и китайских студентов

Жамбал Отгонгэрэл

Исследование посвящено выявлению психологических особенностей межкультурной адаптации и личностных черт у монгольских и китайских студентов. Состав выборки — 40 монгольских и 40 китайских студентов РУДН и других вузов г. Москвы. Для диагностики уровня адаптации студентов была использована методика Опросник адаптации личности к новой социокультурной среде (АЛКСС) Л.В. Янковского, в модифицированной версии Т.Г. Стефаненко, М.С. Панова. Для диагностики индивидуально-личностных факторов использовался Пятифакторный личностный опросник, в модификации М.В. Бодунова и С.Д. Бирюкова. В результате сравнительного анализа с помощью U-критерия Манна–Уитни было выявлено, что на статистически значимом уровне у китайских студентов по сравнению с монгольскими студентами гораздо выше показатели удовлетворенности адаптацией и нейротизма.

Под межкультурной адаптацией, в широком смысле, понимается процесс, благодаря которому человек достигает соответствия с новой культурной средой, а также результат этого процесса. Обычно выделяют внутреннюю сторону адаптации, выражающуюся в чувстве удовлетворенности и полноты жизни, и ее внешнюю сторону, которая проявляется в участии индивида в социальной и культурной жизни новой группы [6].

В Российском университете дружбы народов проводятся комплексные исследования проблем межкультурной коммуникации и адаптации иностранных студентов из разных регионов с целью выявления психологических факторов, наиболее тесно связанных с эффективностью адаптации к новой культуре [1-5; 7-8].

Наше исследование было посвящено выявлению психологических особенностей межкультурной адаптации и личностных черт у монгольских и китайских студентов. Состав выборки — 40 монгольских (из них 13 молодой человек и 27 девушек) и 40 китайских (из них 24 молодых людей и 16 девушек) студентов РУДН и других вузов г. Москвы. Распределение респондентов по возрасту в обеих выборках: от 18 до 25 лет. В Москве исследуемые монгольские студенты проживают от 2-3 лет, а китайские студенты от года до 4 лет.

Для диагностики уровня адаптации студентов была использована методика Опросник адаптации личности к новой социокультурной среде (АЛКСС) Л.В. Янковского, в модифицированной версии Т.Г. Стефаненко, М.С. Панова, которая включает 6 показателей адаптации («удовлетворенность», «интерактивность», «конформность», «депрессивность», «ностальгия», «отчужденность»).

Для диагностики личностных черт использовался Пятифакторный личностный опросник, в модификации М.В. Бодунова и С.Д. Бирюкова, который позволяет определить выраженность таких личностных черт как *нейротизм, экстраверсия, открытость новому опыту, согласие и добросовестность*.

Результаты сравнительного анализа результатов методики АЛКСС с помощью U-критерия Манна–Уитни представлены в таблице 1.

Из таблицы 1 следует, что в показателях межкультурной адаптации монгольских и китайских студентов имеются схожие показатели: показатели «позитивных» параметров адаптации («удовлетворенность», «интерактивность», «конформность») выше, чем «негативных» («депрессивность», «отчужденность»). Самые низкие показатели у студентов из обеих групп выявлены по «негативным» показателям «депрессивность» и

«отчужденность»; самые высокие — по показателям «конформность» и ностальгия».

Таблица 1. Статистическая оценка различий показателей межкультурной адаптации в группах монгольских и китайских студентов

Параметры адаптации	Среднее значение		U	P
	Монголы	Китайцы		
Удовлетворенность	4.42	5.74	444	0.003
Интерактивность	5.32	5.11	717	0.953
Конформность	6.55	6.42	695	0.772
Депрессивность	2.5	2.58	712	0.912
Ностальгия	6.32	5.89	618	0.269
Отчужденность	2.74	2.47	634	0.351

Примечание: полужирным шрифтом выделены статистически значимые различия.

Полученные данные означают, что, несмотря на проявления ностальгии, студенты считают, что они смогут реализовать свой потенциал в новой культуре, не чувствуют себя беспомощными перед жизненными трудностями и редко сомневаются в своих перспективах и возможностях. Так же достаточно низкий балл прослеживается по шкале «отчужденность» у монгольских (2.74) и китайских студентов (2,47) Это еще раз подтверждает, что все студенты чаще уверены в своих силах и возможностях, а так же в том, как они считают, что сами могут повлиять на ситуацию, и рассчитывают на помощь в другой стране. То есть чувство одиночества и собственной беспомощности у них возникает редко.

Между показателями межкультурной адаптации монгольских и китайских студентов выявлено только одно значимое различие: у китайских студентов значимо выше «удовлетворенность» адаптацией. По остальным параметрам статистически значимых различий не выявлено. Полученные данные могут означать, что китайским студентам больше,

чем монгольским, характерно чувство личной удовлетворенности, положительное отношение к окружающим и принятие их, чувство социальной и физической защищенности, чувство принадлежности к новому обществу и сопричастности с ним, свойственен высокий уровень активности.

Можем предположить, что китайские студенты все же несколько более успешны в процессе успешной адаптации в образовательной среде.

В таблице 2 представлены результаты статистической оценки различий выраженности факторов Пятифакторной модели в группах монгольских и китайских студентов.

Из таблицы 2 видно, что в ходе исследования выявлены значимые различия только по показателю *нейротизма* (выше у китайских студентов); по показателям *экстраверсия* и *добросовестность* (выше у монгольских студентов) различия выявлены на уровне тенденции. По оставшимся показателям *открытости новому опыту* и *согласию* значимых различий не выявлено.

Такие количественные показатели могут свидетельствовать о том, что китайских студентов можно охарактеризовать как более волнующихся, уязвимых, неуверенных в себе, чем монгольские студенты. Они, очевидно, более консервативны, осторожны, застенчивы; в то же время, более самостоятельны в своих поступках, более эгоистично направлены. Монгольские студенты более общительны, внимательны и добродушны к людям, более коллективистки настроены, альтруисты, но также, готовы рисковать и оригинальничать.

Таблица 2. Статистическая оценка различий показателей индивидуально-личностных факторов в группах монгольских и китайских студентов

Факторы	Среднее значение		U	P
	Монголы	Китайцы		
Нейротизм	32.08	34.37	486	0.014
Экстраверсия	<i>40.42</i>	<i>37.74</i>	<i>544.5</i>	<i>0.065</i>
Открытость	39.05	37.92	577	0.13
Согласие	40.76	39.47	621	0.293
Добросовестность	<i>42.61</i>	<i>40.37</i>	<i>562</i>	<i>0.096</i>

Примечание: полужирным шрифтом выделены статистически значимые различия, различия на уровне тенденции выделены курсивом.

Проведенное исследование позволило сформулировать следующие *выводы*.

1. В выраженности параметров адаптации у двух групп исследуемых имеются как общие моменты, так и специфические. Показатели «позитивных» параметров адаптации («удовлетворенность», «интерактивность», «конформность») выше, чем «негативных» («депрессивность», «отчужденность»). Высокие показатели ностальгии характерны для обеих групп иностранных студентов. Специфика заключается в том, что у китайских студентов значимо выше «удовлетворенность» адаптацией.

2. Сравнение показателей проявлений индивидуально-личностных факторов в изучаемых группах студентов свидетельствует о том, что у китайских студентов на статистически значимом уровне выше показатель *нейротизма* по сравнению с монгольскими студентами. Показатели экстраверсии, открытости новому опыту, согласия, добросовестности, выше у монгольских студентов по сравнению с китайскими студентами, но различия не достигают уровня статистической значимости.

На основании полученных в ходе исследования результатов были сформулированы рекомендации по обеспечению успешной межкультурной адаптации, развитию и гармонизации личностных черт у монгольских и китайских студентов.

Литература

- [1] Кудинов С.И., Крупнов А.И., Кудинов С.С. Самореализация личности как предпосылка проявления межэтнической толерантности на постсоветском пространстве // Вестник РУДН. Серия «Психология и педагогика». — 2012. — №1. — С.5-14.
- [2] Маслова О.В. Особенности межкультурной адаптации латиноамериканских студентов в России // Вестник РУДН. Серия «Психология и педагогика». — 2012.- № 1. — С. 50-59.
- [3] Мурзаканова А.З., Новикова И.А., Шляхта Д.А. Психологическая специфика толерантности и любознательности у кабардинских студентов // Акмеология. — 2014. — № S 3-4. — С. 118-119.
- [4] Новикова И.А. Соотношение толерантности и параметров межкультурной адаптации иностранных студентов из разных регионов // Вестник РУДН. Серия «Психология и педагогика». — 2010. — № 4. — С. 24-28.
- [5] Новикова И.А. Толерантность как условие эффективного взаимодействия в поликультурном образовательном пространстве // Психология образования в поликультурном пространстве. — 2015. — № 29. — С. 52-62.
- [6] Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М., 1998.
- [7] Chebotareva E.Ju. Intercultural Adaptation to Russia of Students from Asia, Africa, Latin America and the Middle East // Bulletin of Peoples' Friendship University. Series "Psychology and Pedagogy". — 2011. — No 3. — P. 11-16.
- [8] Novikova I.A., Novikov A.L. Tolerance Types and Features of Intercultural Adaptation in International Students // Journal of Educational and Social Research. — 2013. — Vol.3. — No 7. — P. 625-630.

Specifics of inter-cultural adaptation and personality factors in Mongolian and Chinese students

Jambal Otgongerel

The study focused on identifying the intercultural adaptation features and personality traits in Mongolian and Chinese students. The sample includes 40 Mongolian and 40 Chinese students. The Questionnaire of the adaptation of the person to the new socio-cultural environment (APSCE) by L.V.Yankovsky, in T.G.Stefanenko and M.S.Panov's modified version was used to define the features of the intercultural adaptation of the students. The personality traits measured by the "Five-Factor questionnaire NEO FFI" by M.V. Bodunov and S.D. Biryukov' modified version. A comparative analysis with a U-Mann-Whitney it was found that the Chinese students have higher levels of the Contentment and Neuroticism compared with Mongolian students.

Психологические особенности проявления стресса у студентов технических и гуманитарных специальностей в период сессии

Закриничная М.В.

Стресс — один из наиболее употребляемых терминов современным человеком. Каждый знает, что стресс — это неотъемлемая часть жизни современного человека. Стрессовые импульсы присутствуют во всех сферах жизни человека, поэтому человек очень часто испытывает воздействие сильных эмоций, волнения и тревог. Подобные внутренние напряжения, конфликты, возникающие в любое время и по любому поводу, могут вызвать сложные психические и физиологические изменения в организме человека, т.е.. привести к состоянию стресса.

Изучение стресса связано с именем Ганса Селье, который в 1936 году опубликовал в журнале «Nature» письмо, в котором описывал «синдром просто болезни». Позднее, исходя из теории «гомеостаза» Уолтера Кэннона (1929), Селье выводит понятие: *Стресс есть*

неспецифический ответ организма на любое предъявленное ему требование.

Проблемой стресса занимались в России занимались такие ученые как: Н. Е. Водопьянова, Л. А. Китев-Смык, Е. П. Ильин, Ю. В. Щербатых, Бодров и др. За рубежом известны фамилии: А. Каган, Л. Леви, Р. Лазарус, А. Фрейд, Г. Селье.

Период обучения оказывает значительное влияние на формирование личности, поэтому проблемы психического здоровья студентов весьма актуальна. У молодых людей, столкнувшихся с проблемой стресса, негативные последствия отражаются на физиологическом, психологическом и поведенческом уровнях.

Важно понимать, что для студента явление стресса перед экзаменами отнюдь не новое. Поэтому необходим комплексный подход к изучению как причин возникновения, протекания стресса, негативных последствий и т.п. Жизнь студентов с каждым годом всё насыщеннее.

Базой исследования является Российский Университет Дружбы Народов. В исследовании приняли 30 студентов-первокурсников факультет физико-математических и естественных наук и 30 студентов 1 курса филологического факультета.

Для исследования был выбран тест самооценки стрессоустойчивости С. Коухена и Г. Виллиансона. Данный тест позволяет человеку оценить уровень своей стрессоустойчивости (он может быть отличный, хороший, удовлетворительный, плохой или очень плохой).

Методика включает 10 вопросов. При выполнении теста студентам было необходимо выбрать один подходящий ответ из стандартных вариантов(никогда, почти никогда, иногда, довольно часто, очень часто).

Таблица 1. Самооценка стрессоустойчивости
(Тест самооценки стрессоустойчивости С. Коухена и
Г. Виллиансона)

	Техническое направление	Гуманитарное направление
Среднее значение	21,05	10,6

При помощи U-критерия Манна-Уитни мы смогли исследовать различия в самооценке стрессоустойчивости у студентов-первокурсников разных направлений. Различия данных соответствуют 36. По результатам математической обработки мы выявили, что различия по шкале самооценки стрессоустойчивости попадают в зону значимости, где $U=292$ при $p \leq 0.01$. За этим следует вывод, что имеются достоверные и математически обоснованные различия в самооценке стрессоустойчивости у студентов гуманитарного направления и студентов технического направления.

У студентов-радиофизиков преобладает удовлетворительная (80%) самооценка стрессоустойчивости. Плохая (16,7%) самооценка принадлежит куда меньшему количеству студентов-первокурсников, и, наконец хорошая (3,3%) самооценка стрессоустойчивости принадлежит лишь 1 студенту.

У студентов-психологов преобладает хорошая самооценка стрессоустойчивости (66,7%), затем идет удовлетворительная самооценка стрессоустойчивости (20%). Отличная самооценка стрессоустойчивости (13,3%) встретила у 4 студентов.

Также студентам была предложена анкета, в которой им предлагалось отметить по 10-балльной шкале уровень стресса. Повторно эта же анкета была предложена студентам через три месяца.

По данным фнкетирования мы выявили, что у 26,7% студентов технического направления уровень стресса значительно возрос; у 50% студентов незначительно вырос уровень стресса за последние 3 месяца учебы, когда у

студентов гуманитарных специальностей результат 30%. Основная причина связана со страхом не сдать сессию вовремя и незнанием некоторых дисциплин по курсу. Не изменился уровень стресса у 16,7 % студентов технических специальностей и 46,7% студентов гуманитарного направления. По словам студентов эта тенденция связана, когда становится понятно, когда и в какой форме сдавать экзамены по той или иной дисциплин, а также с тем, что студенты хорошо работали во время целого семестра и не переживают за сдачу предстоящих экзаменов и даже рассчитывают на положительный результат.

Учебный стресс — нормальное явление среди студентов. Однако, необходимо использовать адаптивные методики для снятия стресса, особенно, если уровень учебного стресса выше нормы. Реакция на стресс, как и начало трудового дня, режим питания, двигательная активность, качество отдыха и сна, взаимоотношения с окружающими, являются составными частями образа жизни. От самого студента зависит, каким будет его образ жизни — здоровым, активным или же нездоровым, пассивным, а, следовательно, как часто и продолжительно он будет находиться в стрессовом состоянии.

Проведенное исследование уровня стресса у студентов позволяет сделать выводы о значимых различиях между выбранными специальностями. Более подробное исследование на данной выборке позволяет наметить пути психодиагностики для выявления причин, последствий и прочих факторов данного феномена, а также собрать необходимый материал для дальнейшей психокоррективной работы со студентами.

Литература

- [1] Ильин Е. "Психофизиология состояний человека: терминологический словарь" — Спб.: Питер — 2008
- [2] Бодров В.А. "Психологический стресс: развитие и преодоление" — М.: ПЕР СЭ. — 2006. — с.528

[3] Китаев-Смык Л.А. Психология стресса. М.: Наука, 1983, 368 с.

[4] Селье Г. "Очерки об адаптационном синдроме" — М.: Медицина, 1960.

[5] Селье Г. "Стресс без дистресса" — Москва "Прогресс": 1982.

[6] Куприянов Р.В., Кузьмина Ю.М.(сост.)"Психодиагностика стресса: практикум" — Казань: КНИТУ, 2012, 212 с.

[7] Игумнов С.А. Управление стрессом: современные психологические и медикаментозные подходы. — СПб.: Речь, 2007.

Psychological features of manifestations of stress of students of technical and humanitarian specialties during the period of session

Zakrinichnaya M.V.

Психологические аспекты агрессивности личности медицинских работников в контексте модернизации здравоохранения

Захарова М.И.

Статья посвящена изучению проявлений агрессивности личности врачей и среднего медицинского персонала. В работе содержатся выводы по итогам проведенного пилотажного эмпирического исследования агрессивности личности медицинских работников.

На протяжении многих лет одной из наиболее обсуждаемых проблем в сфере различных социальных наук является проблема агрессии и агрессивности. В частности, в психологии агрессивность личности, а также ее проявления и закономерности происхождения изучаются в различных аспектах с позиций различных научных направлений [1], [2], [3], [4], [5]. Значение данной проблемы, в том числе в нашей стране, невозможно переоценить, так как мы ежедневно

сталкиваемся с теми или иными ее проявлениями на различных уровнях взаимодействия. [2], [3], [4].

В современной России это касается и взаимодействия в сфере здравоохранения, а именно: имеются данные об учащении различного рода конфликтов как между врачами и средним медицинским персоналом и их пациентами, так и внутренних профессиональных конфликтов в медицинских учреждениях. Следует принимать во внимание различные факторы, в том числе и то, что представители данной профессии постоянно взаимодействуют с большим количеством людей, что может приводить к формированию фрустрации и синдрома выгорания [6], [7]. Эти особенности имеют еще большее значение в контексте современных реформ в области медицины, затрудняющих оказание медицинской помощи. Постоянные сокращения рабочих мест, закрытие медицинских учреждений, увеличение продолжительности рабочего дня медиков при уменьшении количества официально предусмотренного времени на осмотр и консультацию каждого пациента, а также недостаточная оснащенность рабочего места врача необходимым для постановки диагноза оборудованием также являются причинами проявления агрессии.

Таким образом, целью нашего исследования являлось выявление особенностей агрессивного поведения медицинских работников. Эмпирическое исследование проводилось в 2014-2015 году. В пилотажном исследовании приняли участие 26 человек, все они — медицинские работники различных государственных лечебных учреждений г. Москвы. В выборку вошли 11 врачей и 15 представителей среднего медицинского персонала. Средний возраст по выборке респондентов — 50 лет. Средний стаж работы — 23 года. В выборку вошли врачи различных специализаций: терапевтической, психиатрической, неврологической, офтальмологической и хирургической.

Среди среднего медперсонала были опрошены медицинские сестры психиатрического и терапевтического профиля.

В качестве методик исследования нами были использованы не только широко применяемая методика для измерения агрессии — опросник Басса — Дарки «Диагностика уровня агрессивности», но и бланковый тест — «Агрессивность» А.И. Крупнова для измерения агрессивности как черты личности в ее когнитивном (осмысленность — осведомленность), продуктивном (предметность — субъектность)

и регуляторном (интернальность — экстернальность) компонентах. Данная методика основана на системно-функциональном подходе А.И. Крупнова [8], в модификации Т.В. Нечепуренко и была использована в ряде исследований, посвященных исследованию агрессивности в кросс-культурном, гендерном, а также профессиональном аспектах деятельности [1], [3], [4], [9]. Кроме того, была применена методика Н. Холла «Диагностика эмоционального интеллекта» для выявления способности медицинских работников управлять своими эмоциями и эмоциями других людей, а также тест К. Томаса «Типы поведения в конфликте» для выявления наиболее типичных стратегий поведения в конфликте для медицинских работников.

Проведенное исследование позволило нам сделать следующие выводы. Во-первых, у медицинских работников наблюдается высокий уровень осмысленности агрессивности, что говорит о том, что данная черта воспринимается медиками как потенциально способная нанести вред окружающим. Возможно, этим объясняется и то, что изученной нами группе медицинских работников свойственно проявление агрессивности на низком уровне, а враждебности — в пределах нормы. С другой стороны, по мнению медицинских работников, при высокой значимости достигаемой цели человеком, он может прибегнуть к различным формам агрессивного поведения, в том числе

применить физическую агрессию. Во-вторых, агрессивность медицинских работников регулируется в большей степени за счет внешних условий, о чем говорят корреляционные связи динамического компонента с переменной экстернальностью, что подтверждает актуальность нашего исследования в период преобразования системы здравоохранения. В-третьих, согласно полученным нами данным, в конфликтных ситуациях медики склонны использовать такие стратегии, как избегание, компромисс и сотрудничество, что также можно связать с низким уровнем агрессивности наших респондентов. В-четвертых, следует отметить, что, несмотря на высокий уровень эмпатии и развитую способность управлять чужими эмоциями, для опрошенных нами медицинских работников характерен слабовыраженный контроль за собственными эмоциями, что проявляется в раздражении, обиде и чувстве вины за свои агрессивные действия.

В перспективе исследования планируется увеличение объема выборки, а также сравнительный анализ особенностей проявления агрессивности врачей и среднего медицинского персонала, возможно также выявление гендерных особенностей агрессивности у медицинских работников. По итогам исследования планируется разработка и проведение коррекционных мероприятий в форме индивидуального консультирования и тренингов, направленных на регуляцию агрессивного поведения.

Литература

- [1] Новикова И.А., Нечепуренко Т.В. Сравнительный анализ общительности и агрессивности студентов // Вестник РУДН. Серия «Психология педагогика». — 2007. — № 1. — С. 20-28.
- [2] Ильин Е. П. Психология агрессивного поведения. — СПб.: Питер, 2014
- [3] Галич М.И. Кросс-культурные исследования агрессивности в русле системно-функционального подхода // Системные исследования свойств личности: к 30-летию научной

школы А.И. Крупнова в РУДН: коллективная монография / науч. ред. А. И. Крупнов, С. И. Кудинов, И. А. Новикова. — М.: РУДН, 2014. — С. 430-445.

[4] Галич М.И. Сравнительная характеристика агрессивности русских и немецких студентов в этническом аспекте // Актуальные проблемы психологии и педагогики в современном мире: сборник научных трудов участников II международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 23-24 апреля 2015 г. / под общ. ред. Н.Б. Карабущенко, Н.Л. Сунгуровой. — Москва: РУДН, 2015. — С. 167-172.

[5] Ениколопов С.Н., Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В. Агрессия в обыденной жизни. — М.: Политическая энциклопедия, 2014.

[6] Багрий М.А. Особенности развития профессионального стресса у врачей разных специализаций / М.А. Багрий, А.Б. Леонова // Российский Научный Журнал. — 2009. — №1 — С. 92-105.

[7] Боева А.В., Руженков В.А., Москвитина У.С. Синдром эмоционального выгорания у врачей-психиатров // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Медицина. Фармация — 2009. — №11 (154) / том. 22 / 2013 — С. 6-12.

[8] Крупнов А.И. Системно-диспозиционный подход к изучению личности и ее свойств // Вестник РУДН. Серия: «Психология и педагогика». — № 1 (3). — 2006. — С.63-73.

[9] Толстова Д.А. Социальные латиноамериканские танцы как средство гармонизации коммуникативной сферы личности: Дисс. ... канд. психол. наук. — М.: РУДН, 2014.

Psychological aspects of aggression of medical workers during the modernization of health care system in Russia

Zakharova M. I.

The article is devoted to the analysis of results of empirical research of aggression of Russian medical workers during the period of modernization of health care system.

Особенности проявления смысло-жизненных ориентаций у сербов-билингвов и коренных сербов

Здилар С.

В формировании системы смысло-жизненных ориентаций подрастающего поколения, объединяющих граждан любого государства, членов любой общественной группы и являющихся цементирующим ядром их бытия и жизнедеятельности, образованию и воспитанию принадлежит, пожалуй, ведущая роль.

В современную эпоху повышается значимость личностного фактора в общественной жизни. Человеческие качества, концентрированно выраженные в ценностных ориентациях личности, в значительной степени формируются под влиянием образования, зависят от его характера и направленности. Формирование смысло-жизненных ориентаций личности — процесс многофакторный, основными участниками которого являются социальная среда, ее институты, семья, учреждения образования, опыт человека.

В данной работе сравниваются смысло-жизненные ориентации студентов-сербов, живущих в России и в Сербии. Сербь, живущие в Москве и принявшие участие в данном исследовании, являются билингвами и живут в России с дошкольного возраста (с 4-6 лет). Анализируя различия в особенностях смысло-жизненных ориентаций между сербами, проживающими на исторической родине, и сербами-билингвами, основную часть жизни проведшими на территории государства с иной культурой, мы можем определить, какое воздействие культурная среда оказывает на формирование смысло-жизненных ориентаций современной молодежи, а именно: имеются ли некие точки соприкосновения между сербами, проживающими на исторической родине, и сербами-билингвами; сохранилась

ли национальная идентичность последних в процессе адаптации к иной культурной среде? Результаты данного исследования пополнят базу эмпирических фактов относительно проблемы сохранения национальной идентичности в инокультурной среде.

В психологии ценности понимаются как абстрактные цели, необходимые человеку для ориентации в значимости тех или иных событий и предметов, как регуляторы поведения индивида и группы, как основа мотивации. Ценности вырабатываются человечеством путем обобщения происходящих типичных ситуаций и оформляются в виде значимых принципов, ориентирующих жизнь человека, — так называемых общечеловеческих ценностей (Мещеряков, Зинченко, 2009).

Термин «смысл» относится к достаточно востребованным научным категориям как в психологии, так и других дисциплинах (например, философии, лингвистике), однако он до сих пор не имеет общепринятой трактовки и единого описания (Большой психологический словарь, 2009). Обращение к истории использования понятия «смысл» в философии и науках о языке позволяет сформулировать две наиболее общих характеристики смысла: его контекстуальность (смысл чего-либо определяется всегда через отнесение к более широкому контексту) и интенциональность (смысл чего-либо указывает на предназначение, целевую направленность или направление движения). Опираясь на эти две характеристики, Д.А.Леонтьев определяет смысл как отношение между субъектом и объектом или явлением действительности, которое определяется местом объекта в жизни субъекта, выделяет этот объект в образе мира, воплощается в личностных структурах, регулирующих поведение субъекта по отношению к данному объекту (Леонтьев, 2009). Более узкое определение понятию смысла жизни дает Ю.В.Маслянка, описывая его как отражение наиболее

общего магистрального направления развития личности, реализуемого человеком способом преобразования природы, себя, общества, и наиболее общего, концентрированного содержания особенных сторон жизни (Маслянка, 2012). По мнению А.А.Озерова, смысл жизни — это, прежде всего, значение, которое человек придаёт окружающей действительности (Озеров, 2012).

Для изучения ценностных ориентаций применялась методика Д.А.Леонтьева. Стимульный материал представляет собой бланк с инструкцией и перечнем из 20 пар утверждений. Процедура исследования предполагает выбор респондентом одного из двух утверждений пары и оценку им его верности с использованием шкалы от 0 до 3 баллов. Обработка результатов сводится к суммированию числовых значений для всех 20 пар утверждений в соответствии с «ключом» и переводу их в проценты. В методике предусмотрено 5 субшкал («Цели жизни», «Процесс жизни», «Результат жизни», «Локус контроля — Я», «Локус контроля — жизнь») и общий показатель осмысленности жизни (или онтологической значимости жизни для респондента).

В состав выборки для проведения исследования вошли 30 сербских студентов-билингвов из Москвы (15 девушек и 15 юношей) и 30 студентов-сербов, проживающих на исторической родине (15 девушек и 15 юношей), всего 60 человек. Возраст респондентов составил 18-20 лет.

Согласно данным полученным по результатам исследования смысложизненных ориентаций по методике Д.А.Леонтьева, независимо от места проживания и пола, отличаются достаточно высоким уровнем переживания онтологической значимости жизни, наличием целей в будущем, удовлетворенностью прошлым, восприятием процесса жизни как насыщенного, а также уверенностью в способности контролировать свою жизнь и выстроить её в соответствии со своими целями и представлениями о ее

смысле. Респондентам не свойственно переживание экзистенциального вакуума и у них нет предрасположенности к формированию ноогенных неврозов.

Примечательно, что различия между студентами, проживающими в Сербии и в России, выявлены лишь осмысленности прошлого, но отсутствуют в сфере реализации ценностей, осмысленности настоящего и будущего. Таким образом, у сербских студентов, проживающих на исторической родине, выше уровень мотивации, однако данные ориентации реализуются в поведении на том же уровне, что и у студентов, проживающих в иной культурной среде.

Литература

[1] Леонтьев Д.А. Психодиагностическая серия. Москва: Смысл, 2009г. 18 стр.

[2] Мещеряков Б., Зинченко В. Большой психологический словарь / Сост. И общ. Ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко. — СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2009. — 672 с.

[3] Маслянка Ю.В., Вестник Пермского Университета: Смысл жизни, как психологический феномен и философская проблема, 2012г. — 17с.

[4] Озёров А.А. Современная гуманитарная академия: Смыслжизненная матрица в истории философии, 2 с.

Peculiarities manifestations of life orientations Serbs bilingual and indigenous Serbs

Zdilar C.

IQ или EQ: что важнее?

Казарян Н.

В наше бурное время, когда информация становится главным оружием, информационные технологии стремительно развиваются, а каждый из нас загружен

всевозможными сведениями и новостями, ни для кого не остается секретом, что IQ — коэффициент интеллекта. Человечество всегда считало, что самое главное — это развивать ум, прикладывать огромные усилия для того, чтобы развивать свой коэффициент интеллекта.

На данный момент создано безумное количество разнообразных тестов, с помощью которых каждый может измерить свой уровень IQ. И, естественно, чем выше IQ, тем умнее считается человек, его авторитет в глазах окружающих сразу растет, его провозглашают умным, со всеми вытекающими — успешный, счастливый, удачливый, а значит и добьется всего в жизни, чего захочет. И наоборот — если тест показал значение среднее или ниже среднего — то человек считается глупым или заурядным, на него не возлагают особых надежд, в некоторых случаях это может стать даже причиной отказа при трудоустройстве. Но действительно ли значение IQ настолько важно? Вправе ли уровень IQ определять нашу успешность, наш потенциал или компетентность? Давайте попробуем разобраться в этом подробнее.

Помимо IQ есть еще один вид интеллекта — EQ, эмоциональный интеллект. Это название ему присвоил Дениел Гоулман. Согласитесь, вы нечасто слышите это словосочетание, по сравнению с IQ, или вообще слышите в первый раз? А ведь именно эмоциональный интеллект играет огромную роль в нашей жизни.

Мы живем в социуме, и правила его таковы, что нам необходимо каждый день с кем-либо контактировать, общаться. Любое наше, даже самое незначительное, движение — это контакт. Купить билет на автобус, сходить в библиотеку, познакомиться с интересным человеком, учиться в университете и работать — все это подразумевает общение с другими людьми, а значит здесь больше работает EQ, а не IQ.

Когда-то о EQ впервые, как об эмпатии, написал всемирно известный психолог Карл Роджерс, и он заявил о том, что эмпатия — это очень важная составляющая отношений между людьми. Это значит понимать, что происходит с другим человеком, осознавать, что им движет, что сейчас происходит и иметь возможность влиять на это и выбирать другое чувство, другое состояние, и самому этим управлять, создавать единство в отношениях, как в семье, так и на работе, в бизнесе, с друзьями или коллегами.

Многочисленные исследования психологов, направленные на изучение влияния EQ на жизнь человека, а также на успешность и социальный статус, которые были проведены по всему миру в последние 10 лет, подтолкнули меня на следующие выводы:

- наш успех зависит от нашего ума приблизительно на 20%
- соответственно, оставшиеся 80% успеха зависит от EQ.

Что же такое этот EQ? Скорее всего, каждый из нас побывал в следующей ситуации хоть раз. Вы прогуливаетесь по торговому центру, разглядываете различные вещи, одежду, аксессуары или бытовые предметы, но при этом не планируете ничего покупать. Но, зайдя в один из магазинов, вы задали пару вопросов продавцу, и вот уже вы на кассе, оплачиваете не особо нужную вам вещь, и выходите из магазина с покупкой. Вас зомбировали или заставили купить? Выходя из магазина, вы и сами уже не очень понимаете, как это произошло. Вот это и есть влияние EQ на профессиональном уровне. Как же это происходит?

Каждый день, общаясь с большим количеством людей, продавая товар или покупая, предлагая услуги или пользуясь услугами, мы так или иначе оказываем влияние на других людей в принятии каких-либо решений или изменяем

их точку зрения. Во многом эти действия происходят не осознанно, бессознательно.

Суть любого воздействия — это отключение IQ и подключение EQ. Например, в том же самом магазине. Продавец, предлагая примерить или подержать какой-либо товар, чтобы вы тактильно его почувствовали, покрутили в руках, уже начинает свое воздействие. Продавец дает вам возможность представить, что вы уже обладаете этой вещью, вызывая в вас чувства радости, удовлетворенности, эмоции вам переполняют, появляется желание купить эту вещь. Тут подключается и вербальное воздействие, хитрый продавец нахваливает товар и поражается, как вам это подходит. Ну вот и все, вы лишены возможности рационально мыслить, и теперь находитесь во власти эмоций, которыми легко управлять. С большой вероятностью, вы эту вещь покупаете.

Вот другой пример. Когда за соседским мальчиком гонится большая и злая собака, он без труда заберется на дерево или забор, в три раза выше своего роста. Все это совершается в состоянии аффекта, под влиянием эмоций.

EQ состоит из четырех составляющих:

- осознание своих эмоций
- осознание эмоций других людей
- управление своими эмоциями
- управление эмоциями чужих людей

Большинство из нас хотят сразу перейти к управлению, но не забывайте одно правило: без осознания невозможно управление. Распознавать и осознавать свои эмоции очень сложно, не говоря уже об эмоциях других людей.

По мнению Дэниела Гоулмана соотношение IQ и EQ составляет 1:24, то есть эмоциональный интеллект сильнее рационального в 24 раза. Преобладание эмоционального интеллекта над рациональным заложено природой, и с этим ничего не поделаешь. Единственное, что мы можем — противопоставить эмоциональному воздействию, что

подразумевает самоконтроль и тренировка самого себя контролировать свои эмоции.

По этой же причине очень часто бывает, что человек со средним IQ более успешен, чем человек, у которого IQ выше. Почему так?

Человек с высоким значением IQ оперирует доводами, фактами и цифрами, направленными на рациональную часть нашего интеллекта. В то время, как человек со средним значением IQ стратегию своего убеждения строит на эмоциональной основе, он во всех красках рисует вам картину, перед которой вам уже тяжело удержаться.

В любом случае, невозможно однозначно решить, что важнее: IQ или EQ. Лучше всего — найти то идеальное состояние, в котором прежде всего вам самим будет комфортно и уверенно находиться. Занимайтесь саморазвитием и не теряйте контроль над ситуацией!

Особенности музыкальной психологии как отрасли психологии

Каминская А.Б.

В статье рассматриваются особенности развития музыкальной психологии за рубежом и в России. Показаны особенности данной отрасли психологии, основные направления исследований. Отмечено, что музыкальная психология в настоящее время активно развивается как прикладная и практически-ориентированная отрасль. Особо актуально использование музыки в психотерапевтических целях, создание методов и методик музыкальной психотерапии, необходимость их научного обоснования. Анализ современного состояния музыкальной психологии показывает, что данная отрасль психологии получила бурное развитие за рубежом, где создана сеть подготовки соответствующих специалистов, существуют многочисленные профессиональные организации и журналы. В России в настоящее время отмечается взлет интереса к

музыкальной психологии и психотерапии, однако они находятся в стадии своего становления.

Актуальность исследования обусловлена достаточной новизной разработки проблем музыкальной психологии в отечественной науке, что требует осмысления, систематизации психологических исследований в данной области.

Влияние музыки на человека отмечалось еще в работах античных авторов — Пифагора, Аристотеля, Платона. С древности музыка использовалась в воспитательных и медицинских целях. Возникновение научной музыкальной психологии приходится на конец XIX-начале XX века, когда немецкий физик и физиолог Г. Гельмгольц создает несколько музыкально-психологических теорий, описанных в его труде «Учение о слуховых ощущениях как физиологическая основа теории музыки». Среди зарубежных ученых, обращавшихся в своих работах к проблемам искусства, следует выделить В. Вундта, Г. Фехнера, Т. Рибо, К. Штумпфа, Г. Мюнстерберга [5].

За рубежом музыкальная психология в XX веке становится развитой областью исследования. Возникает множество исследовательских центров, научных обществ, изучающих проблемы музыкальной психологии и психотерапии: Society for Research in Psychology of Music and Music Education (UK), Japanese Society for Music Perception and Cognition(JSMPC), the Center for Music Research (Florida, USA), Institute of Research and coordination of Acoustics and Music (IRCAM),International Society for Music Education (ISME), European Society for the Cognitive Sciences of Music(ESCOM), Society for Music Perception and Cognition(USA), International Association for Empirical Aesthetics. Создан Международный Центр Музыкальной Психологии, выпускающий с 1998 года популярный музыкальный психологический журнал «Психология для

музыкантов», со статьями ведущих экспертов в различных отраслях музыкальной психологии. Обзоры новых зарубежных исследований музыкальной психологии представлен также в журналах «Music perception», «Psychology of music». На Западе во многих университетах существует развитая система подготовки музыкальных психологов и психотерапевтов, множество профессиональных организаций, музыкально-психотерапевтических обществ, включая международные организации [1].

В России музыкальная психология и психотерапия в начале XX века развивалась благодаря исследованиям врачей и физиологов, использовавших музыку в лечебных и профилактических целях. Хотя вопросам психологии музыки и художественной проблематики уделяли многие отечественные психологи и психиатры (С.С. Корсаков, Г.И. Россолимо, Б.Г. Ананьев, Л.С. Выготский, Н.А. Гарбузов, А.В. Запорожец, А.Н. Леонтьев, А.Р. Лурия, С.Л. Рубинштейн, Б.М. Теплов и др.), музыкальная психология и психотерапия как прикладные и практические области в нашей стране находятся только в стадии своего становления. В последней четверти XX века появляются учебники по музыкальной психологии (Готсдинер А.Л., Петрушин В. И. и др.), программы по психологии в музыкальных ВУЗах, монографии, хрестоматии; в последние годы открылись факультеты музыкальной психологии и психологии художественного творчества — в Московском государственном университете культуры, Ульяновском государственном университете, Краснодарском государственном университете культуры и искусств. В настоящее время в России отмечается взлет музыкально-психологических исследований, появляются все больше и больше музыкальных психологов. Создается Ассоциация музыкальных психологов и психотерапевтов, с 2007 года издается журнал «Музыкальная психология и

психотерапия». Появляются отечественные разработки методик музыкальной психотерапии (В.И. Петрушин, С.В. Шушарджан, В.М. Элкин). Однако диссертации по музыкальной психотерапии единичны; не создана развернутая сеть факультетов, дающих высшее образование в данной области; не создана система профессиональной подготовки музыкотерапевтов [1], [7].

Музыкальная психология накопила багаж теоретических данных, опыт работы в различных областях применения этих знаний. Предметом музыкальной психологии является изучение психических явлений и процессов, вызываемых музыкой и порождающих её, их теоретический анализ и обобщение.

В музыкальной психологии рассматривается большой круг проблем, позволяющий выделить отдельные её направления: проблемы музыкально-исполнительской деятельности, музыкально-творческой деятельности, раннего различения и развития музыкальных способностей, музыкального обучения и воспитания, музыкальной пропаганды и музыкально-критической деятельности, функциональной музыки, музыкальной психотерапии, а также социологические исследования.

Можно отметить интеграционность разработок в области музыкальной психологии, междисциплинарный характер её проблем. Это свидетельствует о необходимости сотрудничества психологов, физиологов, педагогов, музыкантов и других специалистов при научных исследованиях и практическом применении полученных знаний.

В настоящее время эта отрасль психологии развивается, в первую очередь, как прикладная и практически ориентированная. Основные области её практического применения — это музыкальная психотерапия и музыкальная педагогика. С увеличением стрессовых факторов в современной жизни развитие музыкотерапии

представляется особо актуальным, поскольку её методы в первую очередь направлены на регуляцию эмоциональных состояний.

Область применения музыкотерапии широка, ее можно использовать с клиентами разного возраста для снятия напряжения, тренировки моторных функций, коммуникации, отреагирования конфликтов, страхов, тревог, создания положительного эмоционального состояния. Анализ отечественных исследований показал, что в России музыкотерапия, в основном, используется в коррекционных и реабилитационных целях при работе с детьми [2], [3], [4],[6], [7].

Выделяются три формы музыкотерапии: 1) пассивное прослушивание мелодий, 2) активная работа с музыкальными инструментами (как самостоятельно, так и в ансамбле с терапевтом или участниками психотерапевтической группы); 3) интегративное использование с другими психотерапевтическими методиками и видами творческой деятельности.

Существует ряд методик музыкотерапии, общей для которых является направленность на изменение эмоционального и физического состояния; отличия состоят в форме использования (пассивной, активной, интегративной), и в разных концептуальных основаниях (например, часть методик опирается на идеи различных восточных культовых учений).

Анализ литературы позволяет сделать вывод о том, что развитие прикладной музыкальной психологии в нашей стране существенно отстает от такового за рубежом, хотя в последнее время отмечается взлет интереса к данной области. Очевидна актуальность, новизна и перспективность развития отечественной музыкальной психологии, в частности, музыкотерапии как практического ее применения.

Литература

- [1] Вышегородцева С.О. Проблемы и перспективы музыкальной психологии и психотерапии в современном мире//Музыкальная психологии и психотерапия — 2007. — №1. — С. 3-15.
- [2] Котышева Е.Н. Психологическая коррекция средствами музыки детей с ограниченными возможностями здоровья// Музыкальная психологии и психотерапия — 2009. — №1. — С.95-104.
- [3] Львова Т.В. Музыкально-педагогическая реабилитация детей с психосоматическими нарушениями// Музыкальная психологии и психотерапия — 2009. — №6. — С.108-114.
- [4] Ноженко Т.Г. Музыкотерапия в коррекционной работе с детьми раннего возраста//Музыкальная психологии и психотерапия — 2007. — №3. — С.94-109.
- [5] Петрушин В.И. Музыкальная психология: Учебное пособие для вузов.-2-е изд.-М.: Академический проект; Трикста,2008.
- [6] Шипицина Л.М., Первова И.Л. Социальная реабилитация детей с аутизмом средствами музыки//Музыкальная психологии и психотерапия — 2007. — №1. — С.90-93.
- [7] Халявина Т. Психокоррекционное воздействие музыки на детей с задержкой психического развития//Музыкальная психологии и психотерапия — 2008. — №2(5). — С.105-111.

Features music psychology as a field of psychology

Kaminskaya A.B.

The article considers the peculiarities of development of musical psychology abroad and in Russia. The peculiarities of this branch of psychology, the main areas of research. Noted that music psychology currently is developing both applied and practically-oriented industry. Particularly relevant is the use of music in psychotherapy, the development of methods and methodology of music psychotherapy, the need for their scientific justification. Analysis of the current state of music psychology shows that this branch of psychology has been rapid development abroad, which has created a network of related skills, there are numerous professional organizations and journals. In Russia nowadays there is the

rise of interest in music psychology and psychotherapy, but they are in the process of its formation.

Современные направления исследований в области личность в интернет-пространстве и социальных сетях

Минаева А.Ю.

Данная статья рассматривает исследования зарубежных и российских авторов, которые были направлены на изучение активности личности в социальных сетях с разных точек зрения. Также рассматривается то общее, на что направлены все исследования, а именно поиск причины популярности социальных сетей.

Интернет-пространство и социальные сети изменили нашу жизнь путем предоставления целого ряда новых возможностей. Это обеспечивает легкий доступ к огромному количеству информации, позволяет быстро обмениваться информацией, и предлагает широкий спектр развлекательный перспективы.

По J.Cha интернет-пространство долгое время рассматривалось в контексте СМИ, следовательно функции, приписываемые СМИ, были тождественны функциям интернет-пространства [1]. В этом представлении пользователи данных технических средств рассматриваются как пассивные потребители представляемых им продуктов. Однако развитие теории использования и удовлетворения (в англоязычной литературе U&G теория) в начале 90-х годов XX века А. Рубиным дало новый взгляд и на СМИ, так и на интернет-пространство. Согласно данной теории потребители активны, потому что они выбирают те каналы, которые удовлетворяют их потребности. Поэтому выбор канала потребитель осуществляет в зависимости от собственной мотивации.

Дальнейшие проведенные исследования интернет-пространство показало различия в мотивациях использования интернет-услуг и чатов, а также социальных сетей. Те пользователи интернет-пространства, чья сфера деятельности распространяется на все интернет-пространство, стремятся к удовлетворению потребности в поиске информации и развлечений [2]. При сравнении общего использования интернет-пространства и интернет-чатов, было обнаружено, что люди, скорее всего, используют интернет-чаты для социализации, чем для поиска информации [1]. Таким образом, исследования показывают, что использования интернет-чатов и социальных сетей имеют различные мотивации, и их следует изучать отдельно от общих исследований интернет-пространства. Рассмотрение социальных сетей как отдельное и от интернет-пространства, и от интернет-чатов явление имеется лишь в самых новых исследованиях, таких как С. Schaefer, J. Cha, С. Courtois, S. Alhabash.

Одним из направлений изучения социальных сетей продолжает традиции, заложенные при изучении интернет-пространства, и имеющие в своей основе U&G теорию, исследуют мотивации пользователей социальных сетей. U&G теория имеет то преимущество, что позволяет в зависимости от мотивации индивида прогнозировать его поведение, его выбор, а также частоту и количество затраченного времени.

S. Alhabash исследовал мотивации использования Facebook на Тайване [3]. Наиболее сильно интенсивность использования Facebook зависит от мотива обновления статуса, а также поддержания отношений и поиск единомышленников. Более низкую прогностическую способность имеет просмотр фотографий. Самый низкий коэффициент имеет отношение к использованию приложений и игр. По S. Alhabash et al. последние исследования американских студентов колледжа показали,

что самой сильной мотивацией использовать Facebook было поддержание отношений, что служит иллюстрацией универсальной полезности социальные сети и как они развиваются в различных культурах [3].

Исследователи PR. Johnson, S-UL. Yang, L. Zhang & I. Pentina считают, что разные социальные сети могут удовлетворять различные мотивации [4]. Исследования, проведенные на основе Weibo, аналога Твиттера в Китае, показывают, что частота обновления твиттов (твитты — короткие сообщения, которые транслируются на страницу пользователя) находится под влиянием мотивов самовыражения и взаимодействию с Weibo. Только мотив самовыражение в значительной степени влияет на время, затраченного на Weibo ежедневно [4].

Данные исследования предполагают, что использование социальных сетей личностью имеет активный характер. Мотив определяет, как будет использована социальная сеть пользователем. Поэтому можно предполагать, что популярность одних социальных объектов не случайна, а зависит от общественного мнения и потребностей индивидов.

В исследованиях, проведенных в России также можно найти данные о мотивах использования социальных сетей. Артишевская Т.М., опросив студентов-журналистов Челябинского государственного университета об их мотивациях посещения социальных сетей, получила данные, согласно которым все 100% опрошенных ответили, что используют социальную сеть для связи с друзьями [5]. 94% студентов ответили, что используют социальную сеть «просто для получения информации». 73% — просмотр фильмов и прослушивание музыки. Эти три мотива были наиболее выражены. Мотивы получения деловой информации, развлечения, саморазвития и наблюдаются у 28%, 25% и 21% соответственно. Узнать мнение других людей на различные события и жизнь набрало 15,5%,

организаторская деятельность — 12,6%, группы по интересам — 10,5%. Меньше всего студенты заинтересованы в рекламировании и фотографиях — 3,6% и выражении своих мыслей — 2,2%.

Таким образом, мотивации общения называют и зарубежные и российские пользователи, и именно эта мотивация является наиболее значимой. Но согласно исследованиям S.Alhabash et al. мотивация поиска единомышленников является также значимой, в то время как у российских студентов возможность найти группы по интересам привлекает лишь малое количество пользователей. В тоже время у российских пользователей можно отметить больший интерес к развлечениям, фильмам и музыке, чем в зарубежных исследованиях.

Среди представителей второго направления исследований можно назвать N. B. Ellison, Steinfield, Lampe и C. Schaefer. Социальная сеть, согласно их представлениям, состоит из пользователей и связей между ними. Все отношения пользователя составляют его личную сеть. Их целью является поддержка управления своей сети. Социальные сети предоставляют возможность повысить людям их социальный капитал, расширяя социальные круги. Предметом исследований в данной области являются состав личных сетей, их размеры и типы связей между пользователем и отдельными частями его личной сети, а также мотивации расширения личных сетей. Состав личной сети неоднороден и контекстом отношений между индивидами (контексты отношений включают в себя работу, университет, досуг, имеются общие знакомые или нет), и степенью близостью. Описательный анализ исследования C. Schaefer показал, что личные сети состоят в основном из знакомых (38,7%) и коллег по работе (27,2%), а также, в меньшей степени, из друзей (15,7%), и возобновления контактов (11,4%). В среднем список контактов включает 145 человек с медианой в 117 контактов. Предельная часть

разовых контактов опровергает предубеждение, что люди добавляют других без разбора (5,9%) [6]. Большинство пользователей социальных сетей пытаются сформировать новые отношения, добавив кого-то неизвестного. Важно отметить, что добавление кого-то в список контактов не означает, что данные контакты будут значимыми отношениями или будут иметь взаимодействие. Многие из вновь начавших отношений не приводят к дальнейшему взаимодействию. В дальнейшем был найден акцент на существующих отношениях. Это говорит о том, что списки контактов в некоторой степени отражают реальные жизненные социальные сети. Другие исследования также показывают, что студенты используют социальные сети в основном, чтобы общаться и узнать больше о существующих реальных друзьях, чем для удовлетворения в установлении новых отношений [7]. Это же показывают и российские исследования. Гуркина О.А. и Новика Е.М. задавали вопрос школьникам «чем их привлекает социальная сеть, отмеченная ими в качестве основной. По полученным данным, 82% отметили, что в этой социальной сети зарегистрировано большинство их друзей и знакомых» [8].

Данные направления по изучения социальных сетей не противоречат друг другу. Мотив общения можно рассматривать как ведущий мотив, а остальные как второстепенные, появившиеся в ходе деятельности личности в социальных сетях.

Стоит указать, что на данный момент изучаются не только мотивы пользователей, но и разные социальные составляющие, отношение к характеристикам самих социальных сетей, и в некоторых исследования можно найти попытки нарисовать портрет современного пользователя социальными сетями. J.Chan утверждает, что такие характеристики социальных сетей как легкость в использовании также способствуют тому, что пользователи более часто используют социальные сети, в то время как за

нарушение конфиденциальности и возраст уменьшают частоту обращения к социальным сетям.

Таким образом, большая часть исследований в данной области ищет ответы на вопрос о том, в чем причина растущей популярности социальных сетей. Социальные сети представляются как новая сфера жизни, которая предлагает использование нечто новое, что их и привлекает. Социальные сети в данном контексте рассматриваются как продукт потребления, как сфера услуги.

Литература

[1] J. Cha. Factors affecting the frequency and amount of social networking site use: Motivations, perceptions, and privacy concerns. *First Monday*, Volume 15, №12 (6).

[2] <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2889/26>
85

[3] Z.Papacharissi and A. M. Rubin. "Predictors of Internet use," *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, volume 44, number 2, 2000 pp. 175–196.

[4] S.Alhabash, Hyojung Park, Anastasia Kononova, Yi-hsuan Chiang, and Kevin Wise. Exploring the Motivations of Facebook Use in Taiwan.// *CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING*, Vol.15, N. 6, Mary Ann Liebert, Inc.2012, 304-311.

[5] L. Zhang and I. Pentina. «Motivations and Usage Patterns of Weibo». *CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING*, volume 15, Number 6, 2012, pp.312-317

[6] Артишевская Т.М. «Психологический портрет пользователя социальными сетями». *Знак. Проблемное поле медиаобразования*, выпуск №1(9), 2012, стр.6-9.

[7] C. Schaefer. "Motivations and Usage Patterns on Social Network Sites" (2008). Conference Paper, The 16th European Conference on Information Systems, 2008, pp. 143- 155.

[8] Lampe, C., Ellison, N., and Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. *CSCW'06*, Banff, Canada.

[9] Гуркина О.А., Новикова Е.М. Использование виртуальных социальных сетей: есть ли выбор у современных

подростков? //Сборник докладов XV Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества «Модернизация экономики и общества». М:НИУ ВШЭ, 2014.

Contemporary research trends in the field of personality in the online space and social networks

Minaeva A.Y.

This article looks at the study of Russian and foreign authors who have focused on the activity of the individual in social networks from different perspectives. Also seen something in common, what sent all the research, namely the search for reasons for the popularity of social networks.

Образ «Я» студентов в интернет — общении: психологический анализ проблемы

Паньшина С.Е.

В статье рассматриваются аспекты проблематики исследований Интернет — пространства, видов деятельности в виртуальной среде. В работе представлены исследования коммуникативной, игровой и познавательной деятельности в Интернете. Особый акцент автором делается на результатах исследований, посвященных изучению образа «Я» в Интернет — общении.

Интернет — коммуникация представляет собой довольно значимый объект для исследований, это объясняется и темпами ее развития и широтой охвата, глобальностью ее характера.

Проблематика исследований Интернет — пространства охватывает следующие основные вопросы: исследование видов деятельности в виртуальном пространстве, анализ следствий определенных типов деятельности, предполагающий исследование особенностей

мотивационной структуры пользователей, структуры их образа «Я», изучение Интернет — коммуникации.

В рамках анализа вида деятельности, исследователи изучают познавательную, коммуникативную и игровую деятельности, которые нередко сочетаются друг с другом.

Познавательная деятельность, затрагивающая изучение деятельности профессионалов по информационно — коммуникационным технологиям как феномен психологических исследований практически не рассмотрена. Рэймонд предложил классификацию хакеров. В исследованиях О. Смысловой затрагивался вопрос привлекательность хакерства для подростков. Р.Мейер говорил об отсутствии типичной мотивации у хакеров. Изучалась и интеллектуальная составляющая профессионалов по IT — технологиям, так в исследовании Смысловой был обнаружено уровень развития интеллекта у большинства хакеров средний, но компенсируется волевыми возможностями личности. [1]

Игровая деятельность в Интернете является более изученным феноменом. Говоря о воздействии игр на развитие личности, С.А.Шапкин подчеркивает преувеличенность мысли о вероятности отрицательных последствий игр на развитие. Имеются данные, что у игроков- детей лучше развиты процессы принятия решений, внимание. [6] По мнению Ю.В. Фомичевой, проводившей исследование структуры самосознания игроков, изменения в развитии у интересующихся компьютерными играми обусловлено возможностью более часто анализировать посредством игровой деятельности опыт своих успехов и неудач, что затем ведет к изменениям в образе «Я» и в локусе контроля. Но ряд авторов считают возможность переноса виртуального в реальность под вопросом. Этот вопрос является довольно острым в силу разнообразия точек зрения на природу «переходов» из виртуальной реальности в объективную и обратно. По мнению Е.В.Субботского,

обыденная и виртуальная реальность разделены, закономерно переходят одна в другую. В.М.Розин выделяет принцип активности воздействия человека на множество символических реальностей. На данный момент широкое распространение получила точка зрения Н.А. Носова, объединяющего виртуальную и особую реальность измененных состояний сознания. [1]

Коммуникативная деятельность является также популярным предметом психологических исследований.

А.Е. Жичкина и Е.П. Белинская подчеркнули феномен интенсивного экспериментирования с анонимностью в Интернет — общении. [2] Параметр анонимности рассматривается в исследованиях вместе с идентичностью и самопрезентацией в сети. В работах Т.Келера, В. Фриндте, Дж.Семпси затрагиваются аспекты самопрезентации личности в Интернете. Отечественные авторы понимают эксперименты с идентичностью по — разному — как «структурное разнообразие различных Я — составляющих», как «соотношение self и социальной роли человека, но все они сходятся во мнении, что презентация в виртуальном пространстве и реальная идентичность личности подвергаются влияниям со стороны друг друга. [2] В исследованиях отмечается феномен обезличивания контактов в ситуациях передачи негативных сообщений и создание позитивных образов в ситуациях непосредственного общения. Ряд авторов, затрагивая феномен визуализации общения, отмечает, что создание визуальных изображений своей личности в виртуальной реальности в некоторой степени содействует выражению эмоций в ходе коммуникации, а также позволяет пользователю Интернета продемонстрировать свои личностные черты. Наравне с позитивной составляющей использования возможностей Интернет — коммуникации выделяют негативную сторону — Интернет — аддикцию, которая также становится предметом исследований

(К.Мюррей, К.Сурратт, К.С. Янг, Д. Гринфилд, А.Е.Войскунский). [1]

Подробно мы не будем описывать все исследования, посвященные анализу особенностей Интернета и Интернет — пользователей, своё внимание мы остановим на исследованиях, затрагивающих проблему конструирования образа в виртуальном пространстве.

Немало исследователей, изучая феномен создания образов в сети, центрируются на проблеме мотивации конструирования виртуальных личностей. Ряд авторов подчеркивают, что одной из распространенных мотиваций Интернет — общения у коммуникантов является возможность практически неограниченного самовыражения. Среди основных мотивов создания виртуальных образов выделяют желание испробовать новый опыт на себе. Согласно исследованию А.Е.Жичкиной личность не всегда создает виртуальный образ для того, чтобы преодолеть субъективные и объективные сложности реального общения. Результаты исследования говорят о том, что зачастую виртуальная личность не сопоставляется ни с идеальным, ни с реальным «Я», что приводит доказательства в пользу субъектности личности в Интернет — коммуникации.

Можно выделить четыре основных возможности создания образов в Интернет — коммуникации личностью: возможность контроля над впечатлением, оказываемым на других; возможность отразить своё реальное Я; возможность воплотить свое идеальное «Я»; возможность урегулировать конфликт с самим собой.

На сегодняшний день исследования Интернет - пространства посвящены вопросам личной проблематики, проблемам идентичности, Я — образу, Я — концепции. Несмотря на то, что в зачатке Интернет функционально должен был быть сугубо информационной средой, которая сейчас также исследуется авторами, исследовательские интересы Интернет — общения смещаются в сторону

личности, центрируясь на виртуальной реальности как на поле для самовыражения человека.

В своем исследовании В.Фриндте и Т.Келер пришли к выводу, что от характера присутствия публики зависит количество предпринимаемых пользователем действий по произведению впечатления на других. Так, авторы отметили, что испытуемые стремятся к созданию позитивной самопрезентации, когда другие пользователи присутствуют физически, в групповой ситуации. В этом случае при низком уровне идентификации с этой социальной категорией, личность ориентирована на расширенную самопрезентацию, что, вероятно, связано с защитой самоуважения. [1]

Чудова Н.В. в своем исследовании особенностей образа Я «жителя» Интернета выявила особенности самооценки личности, склонной к эскапизму в виртуальную реальность. У «жителей» Интернета были выявлены проблемы в принятии своей телесности, своего физического Я, что в большей мере дало результат проблемной самооценки. К тому же в работе было отмечено, что житель Интернета отличается эмоциональной нестабильностью, склонностью к депрессивным реакциям, ощущает невозможность получить понимание других людей и скован чувством одиночества. [5]

С.А. Смирнов, подчеркивая способность личности к трансформации, выделяет такие фигуры идентичности как человек — челенджер, человек — понтифик, человек — навигатор, человек — сетевик, человек — чойсер. [4]

Жичкина А.Е. в своей работе пришла к заключению, что со структурой идентичности связана активность в восприятии альтернатив. Низкая активность в восприятии альтернатив присуща тем, кто в ситуации неопределенности желает реализовать совершенное во всех отношениях "идеальное Я". Высокая активность в восприятии альтернатив характерна для тех пользователей, у которых стремление реализовать идеал "Я" не является единственным регулятором поведения в неопределенной среде. Другим

основным стремлением для них является поиск идентичности, стремление испытать новый опыт, который невозможно испытать в реальном общении. [2]

В исследовании структурных и динамических характеристик образа Я у Интернет — зависимых и Интернет — независимых пользователей были получены данные о том, что независимым социальным агентам присущ поисковой стиль работы и закрытый тип самопрезентации. Для Интернет — зависимых пользователей характер, напротив, открытый стиль самопрезентации. [3]

В исследовании особенностей виртуальной самопрезентации студентов — участников виртуальных образовательных сред было выявлено, что для образа «Я в Интернет — общении» респондентов характерно проявление разнообразия социальных ролей, изменение своего личного и социального статуса. Было установлено, что с позиции «Мой образ Я» респонденты воспринимают себя довольно взрослыми и откровенными. В оценивании образа «Я» считают важным проявления серьезности. Позиции «Я в Интернете присуща общительность». Респонденты считают, что в Интернете можно проявлять палитру своих чувств, быть по-настоящему красивыми. Они чувствуют себя более уверенными и взрослыми. Результаты исследования показали, что в позиции «Я в Интернет — общении» респонденты более активны, проявляя повышенную эмоциональность. В Интернете они склонны думать, что сверстники видят их взрослыми, активными, сильными. Таким образом, автор исследования подчеркивает, что для испытуемых Интернет — общение это важная сторона, составляющая их образа Я, это то место, которое дает им чувство комфорта и безопасности. [2]

Обобщая всё вышесказанное, можно отметить, что данные психологических исследований Интернет — коммуникации позволяют рассматривать Интернет как среду скорее социальную, чем безлично — информационную.

Исследования, посвященные образу Я в виртуальной среде, показывают, что его конструирование может быть обусловлено стремлением к комфорту, к самовыражению, к избавлению конфликтности Я, к новому опыту, желанием избавиться от определенных сторон реальной идентичности. Исследователями изучались мотивы презентации виртуального Я, направленность пользователей, связь образа Я с поведением в Интернете.

Литература

[1] Гуманитарные исследования в Интернете/Под редакцией А.Е.Войскунского — М.,«Можайск-Терра»,2000.

[2] Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков — пользователей Интернета//Образование и информационная культура. Социологические аспекты. Труды по социологии образования: Т.V.Вып.VII/Под ред. В.С.Собкина. — М.:Центр социологии образования РАО, 2000. с.431-460.

[3] Наумова Т.А. Образ "Я" Интернет — зависимых и Интернет -независимых социальных агентов в виртуальном пространстве : диссертация ... кандидата психологических наук : 19.00.05 / Наумова Татьяна Альбертовна. — Ярославль, 2008. — 138 с.

[4] Сунгурова Н.Л. Индивидуально — личностные особенности студентов в информационно — психологическом пространстве: монография/ Н.Л.Сунгурова. — Москва: РУДН, 2014. — 170 с.

[5] Чудова Н.В. «Особенности образа «Я» жителя Интернета // Психологический журнал №2, 2002.

[6] Шапкин С.А. Компьютерная игра: новая область психологических исследований//Психологический журнал. 1999. т.20,№1, с.86-102.

*The self — concept of students in the internet — communication:
psychological analysis of the problem*

Panshina S.E.

This article presents basic aspects of the research devoted to the Internet — space activities in a virtual environment. This review includes the study of communicative, cognitive and game activities. Particular emphasis is placed on the results of research connected with self — concept in Internet — communication.

Изучение креативности и трудолюбия у различных творческих групп интернационального культурного центра Российского университета дружбы народов

Перельгина А.В.

У креативных людей с рождения есть творческие задатки. Однако этого мало. Достичь профессионализма в творчестве могут лишь трудолюбивые. Именно поэтому трудолюбие напрямую связано с уровнем творческих способностей.

В докладе представлены результаты эмпирического исследования уровня креативности и уровня трудолюбия у различных творческих групп, занимающихся в Интернациональном культурном центре Российского университета дружбы народов. Представленное исследование позволяет увидеть различия творческих способностей в зависимости от показателей трудолюбия у студентов, занимающихся хореографией, вокалом и сценической речью. Именно взаимосвязь уровней трудолюбия и креативность в разных творческих группах заинтересовало нас, поскольку является мало изученной.

В нашем исследовании приняли участие 60 испытуемых, из них — 20 студентов, занимающиеся хореографией (коллективы «Ритмы дружбы», «Адель», «Амарэн», «Глория», «Легенды гор»). 20 студентов, занимающиеся вокалом (коллективы «Радуга», «Академический вокал», «Преображение»). 20 студентов, занимающиеся актёрском мастерством (коллективы «Художественное слово», «КВН»). Каждому испытуемому,

во всех группах, были предъявлены для заполнения тест невербальной креативности, тест вербальной креативности и тест трудолюбие. После чего все данные были обработаны, обобщены и сделаны выводы.

В ходе исследования были использованы следующие методики: тест вербальной креативности С.Медника, тест невербальной креативности Торенса и бланковый тест «Трудолюбие» А.И.Крупнова.

В тесте вербальной креативности предлагаются тройки слов, к которым необходимо подобрать еще одно слово так, чтобы оно сочеталось с каждым из трех предложенных слов. Тестовая методика невербальной креативности несколько схожа, респондентам был представлен бланк с недорисованными картинками. Им необходимо было дорисовать их. После завершения рисунка необходимо дать ему название, которое следует подписать в строке под рисунком.

Тест на изучение трудолюбия А.И. Крупнова состоит из 8 блоков — компонентов свойств личности. В методике каждый компонент содержит по 14 утверждений, соответствующие гармоническим и агармоническим переменным трудолюбия [7].

Согласно полученным данным, наиболее низкий уровень как вербальной, так и невербальной креативности показала группа *студентов, занимающихся вокалом*. Общий уровень трудолюбия у данной группы также более низок, чем у других творческих групп. Данную особенность можно назвать взаимосвязанной. Психологи считают, что у каждого человека обладающего здоровой психикой есть творческий потенциал и креативные способности. Единственное условие их реализации — необходимость их развития уже с раннего возраста, а для плодотворного развития необходимо прикладывать терпение и труд [1]. Исходя из этого, уровень трудолюбия напрямую зависит от уровня творческих способностей. Активное проявление трудолюбия в той или

иной деятельности способствует высокому уровню творческих способностей. Таким образом, нами была подтверждена одна из гипотез, что уровень проявления трудолюбия связан с уровнем творческих способностей.

В результате исследования было выявлено, что уровень вербальной креативности преобладает у студентов, занимающихся сценической речью. Вербальные творческие способности весьма характерны представителям данного направления, поскольку они наиболее часто сталкиваются в своём творчестве с необходимостью заучивать литературные тексты, что способствует расширению собственного словарного запаса, также им свойственно авторское проявление вербального творчества при написании текстов, речей и сценариев. Опираясь на характеристики свойств личности актёров и анализируя полученные данные по трудолюбию, так же можно отметить, что для студентов, занимающихся актёрским мастерством характерны в проявлении агармонических переменных трудолюбия, способствующие торможению в проявлении трудолюбия. Они так же отличаются эгоцентричностью и эмоциональностью, некой несобранностью и неорганизованностью в проявлении трудолюбия. Их деятельность протекает весьма в нестабильной обстановке, которая периодически меняется в зависимости от играемой актёром «роли» [5]. По мнению большинства психологов, актёры более нацелены на индивидуальное развитие, чем на групповое [2]. Все перечисленные особенности подтверждают правдоподобность и логичность результатов уровня трудолюбия у данной группы студентов.

Студенты, занимающиеся хореографией, показали наиболее высокий невербальный творческий потенциал. В хореографии реже приходится сталкиваться с проявлением словестной креативности, а наиболее чаще наглядно-образной. Что бы придумать новые танцевальные па, поставить танец, различные фигуры для танца, хореографам

и людям, которые занимаются танцами необходимо проявлять именно невербальную-наглядно-образную креативность. Во-первых, это необходимо, что бы представить, в своём воображении, а впоследствии перенести на сцену рисунок танца и непосредственно сам танец. Трудолюбие у данной творческой группы наиболее ярко выражено, чем у остальных вышеперечисленных. Стоит отметить, что танцорам присущи гармонические переменные, способствующие проявлению трудолюбия. Эти показатели напрямую связаны с общей характеристикой людей, занимающихся танцами. Они более сплочены, их работа нацелена на достижение общего группового результата, они более стрессоустойчивы, а также физически выносливы.

Изучение уровня креативности и трудолюбия у творческих личностей на этом не исчерпывается и может развиваться. Однако нами были рассмотрены данные психологические особенности в совокупности у танцоров-любителей, у певцов-любителей и актёров-любителей.

Литература

[1] Алиева К.Р. Психология формирования творческого потенциала личности.- СПб.: 2009.

[2] Альтшуллер Г.С., Верткин И. М. Жизненная стратегия творческой личности. Минск, Беларусь, 1994

[3] Анисимова Ю.Н., Шляхта Н.Ф. Психологические особенности трудолюбия студентов// Вестник Российского университета дружбы народов: Психология и педагогика. — 2012. — №3. — С.93-97

[4] Богоявленская Д. Б. Психология творческих способностей. — М., 2002.

[5] Галин А.Л. Психологические особенности творческого поведения. М., 1996

[6] Каменева Г.Н., Анисимова Ю.Н. Психологические особенности проявления трудолюбия студентов// Высшая школа: опыт, проблемы, перспективы. — М.: Изд-во РУДН, 2011. — Ч. 2. — С. 30 — 33

[7] Крупнов А.И. Комплексные исследования свойств личности: научная школа А.И. Крупнова. Сборник научных статей, посвященный 70-летию А.И. Крупнова. — М.: РУДН, 2009. — С. 175-185.

The study of creativity and hard work in various creative groups of International Cultural Centre in Peoples' Friendship University of Russia

Perelygina A.V.

The talents of creative people are visible from birth. However, this is not enough. That is why hard work is directly related to the level of creativity. To achieve professionalism and high level at work can only be reached by industrious.

Тренинг как способ сплочения интернациональных студенческих коллективов

Перельгина А., Оганнисян А.

Основная задача нашего исследования, выяснить в ходе эксперимента влияние психологических тренингов на сплочение интернационального студенческого коллектива.

Известно, что успех работы любого механизма зависит от гармоничного взаимодействия его элементов. Это касается и работы коллектива, который должен стать одной командой с единой целью, приоритетами и стремлениями. Сплочённость коллектива — это понятие раскрывающее особенности межличностных отношений в коллективе, единство ценностных ориентаций, единство целей и мотивов деятельности в пределах совместной деятельности [3].

Важным для сплочения является обеспечение комфортных условий в коллективе, систематические поощрения успехов членов коллектива, желательно время от времени организовывать неформальные и неофициальные встречи с членами коллектива. Но самой основной задачей

является желание быть не во главе коллектива, а его функционирующей частицей. Товарищеские контакты во время работы и по окончании ее, сотрудничество и взаимопомощь формируют хороший социально-психологический климат.

В психологических исследованиях групповой сплоченности можно выделить исследования Л. Фестингера. В его работах сплоченность анализируется на основе частоты и прочности коммуникативных связей, которые обнаруживаются в группе. Так в исследованиях Т. Ньюкома, вводится особое понятие «согласия» и при его помощи он пытается интерпретировать групповую сплоченность. Так же существуют работы направленные на исследование группового единства А. Бейвеласа. В отечественной социальной психологии новые принципы исследования сплоченности разработаны А.В. Петровским и А.И. Донцовым.

Мы решили проверить выше перечисленные исследования и нами был проведен эксперимент. Была выбрана группа студентов из 11 человек, учащихся на подготовительном факультете Российского Университета Дружбы Народов, необходимо было провести тренинг на сплочение коллектива; так же была выбрана, контрольная группа студентов, учащихся на подготовительном факультете РУДН, на данную группу не было оказано никакого внешнего воздействия. До начала эксперимента было проведено тестирование группы:

- Тест ЦОЕ
- Измерение психологического климата в группе
- Тест Сизора

В течение 5 недель на экспериментальной группе мы проводили тренинги на сплочение, с частотой 1 раз в неделю, а контрольная группа осталась без внешнего воздействия. По

истечению срока, вновь было произведено тестирование групп и сравнили результаты «до» и «после».

В ходе нашего эксперимента, мы выяснили, что в результате в экспериментальной группе изменился уровень сплочённости. Рассмотрим подробнее каждый показатель. В тесте психологический климат до тренинга результат климата внутри группы показал, что средняя величина равна: -19.9. После тренинга эмоциональное состояние группы увеличилось до 1.16. Эмоциональное состояние увеличилось по средней величине на 18.74.

По тесту сплочённости Сижора были получены следующие результаты. По определению индекса групповой сплочённости Сижора, показал, что до тренинга средняя величина 9.6, а по истечению пятинедельного тренинга величина показала 14.7., что говорит о повышении средней величины сплочённости на 5.1.

Тест ЦОЕ показал в процентном соотношении разницу между группой до тренинга и после. Уровень ценностно-ориентационного единства группы был 45%, а после ряда тренингов он возрос на 3% и составлял 48%. По тесту ЦОЕ можно сделать выводы, что уровень ценностно-ориентационного единства не изменился под воздействием тренингов.

А если рассматривать контрольную группу, на которую не было оказано никакого внешнего воздействия, осталась столь же мало сплочённой, в отличие от экспериментальной группы. Это выражается в том, что результаты конечных тестов мало отличались, или не отличались от начальных.

По результатам теста на психологический климат группы мы видим, что при первом опросе средняя величина климата группы равна 0.6. После 5 недель, эмоциональное состояние контрольной группы увеличилось до 2,7. Мы видим, что в группе по среднее поднялось на 2.1.

По методике Сишора, определение индекса групповой сплочённости, выявилась средняя величина 9.8. После определённого времени результат изменился до 10.3.

По тесту ценностно-ориентационного единства группы, в процентном соотношении результат изначально был 33%. А по истечении 5 недель он упал до 31%.

Так же наш эксперимент показал нам, что психологические тренинги необходимы для недавно сформировавшихся групп, чтобы ускорить процесс сплочения группы. Таким образом, мы провели эксперимент на тему «Тренинг как способ сплочения интернациональных студенческих коллективов» и сравнили результаты группы, на которой проводились тренинги и результаты группы, на которой не было никакого внешнего воздействия.

Данный эксперимент проводился в экспериментальной группе (где проводился тренинг) и в контрольной (где не проводился тренинг). Результаты после 5 недельного эксперимента показали, что в экспериментальной группе уровень сплочённости по методикам психологического климата, Сишора и ЦОЕ значительно увеличился, в отличие от контрольной группы. Особенно изменились результаты психологического климата в группе.

В контрольной группе по результатам тестов психологического климата и методики Сишора, уровень поднялся, но не значительно. Когда в экспериментальной группе разница была больше. А по методике ЦОЕ результат упал в процентном соотношении на 2 единицы.

Если рассматривать методику ЦОЕ, то наш тренинг мало повлиял на изменение ценностно ориентационного единства в экспериментальной группе, поскольку ценностные ориентации — это более личные характеристики, а за отведённый нам период времени их изменить было бы достаточно сложно. К тому же члены группы — это представители разных стран, национальностей

и вероисповеданий, что несомненно даёт свой отпечаток на наше исследование.

В то же время, по показателям теста на психологический климат и Сишора, мы можем увидеть, что результаты улучшились в несколько раз, если сравнивать с результатами контрольной группы. Особенно вырос показатель психологического климата в группе, который при первом знакомстве с экспериментальной группой был отрицательным.

Литература

[1] Геллерт М., Новак К. Все о командообразовании. Руководство для тренеров. Вершина, 2006 г.

[2] Жуков Ю.М. Методы практической социальной психологии. М.: Аспект Пресс, 2004 г.

[3] Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Социальная психология малой группы: Учебное пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2001 г.

[4] Seashore C. E. Psychology in daily life. — NY: Appleton, 1918.

Training as a way of rallying international group of student

Perelygina A., Hovhannisyan A.

The main objective of our research with an experiment help is to find out the effect of psychological training to consolidate the international group of student.

Психологические особенности развития детей от рождения до года в Доме малютки

Петрухина Е.С., Алиева С.А.М.

Главная особенность ребёнка, воспитанного в Доме малютки — это его трудности в установлении эмоциональных связей со взрослыми. Это достаточно известный факт. Однако он не привлекает должного

внимания, хотя и необходим для гармоничного развития личности ребёнка. Таким образом, данный факт требует изучения с дальнейшей его компенсацией. Ребенок рождается с определенными физиологическими особенностями. С врожденными особенностями высшей нервной деятельности ребенка: сила, подвижность нервных процессов, возбудимость различных отделов головного мозга, а также определённые задатки. Все это имеет значение и должно быть учтено при его воспитании. Отсутствие с первых дней жизни привязанности у ребёнка к взрослому отрицательно сказывается на всём процессе воспитания и здоровья ребёнка. Это значительно снижает его шансы быть усыновлённым и нормально развиваться. Для восполнения жизненно необходимой потребности в общении с близким взрослым, ребёнку необходима уверенность в нём. Ребёнок обращает всё своё внимание и силы не на то, как выжить в этом мире одному, а на свои естественные потребности: он спокоен, уверен в том, что он нужен и нет никаких опасностей для его развития. У него нет необходимости каждый раз капризничать, когда хочется ласки, появляется познавательная активность. Каждый ребёнок на инстинктивном уровне догадывается, что один он не выживет. Потребность в заботе взрослого является для него жизненно необходимой. Можно говорить о том, что эта привязанность — витальная потребность и без неё ребёнку не выжить. Именно поэтому с первых дней жизни привязанность ребёнка к взрослому необходима [1]. Отсутствие подражательного элемента при уходе за ребёнком раннего возраста (частое молчание персонала учреждения), оказывает отрицательное воздействие на зеркальные нейроны головного мозга, что в свою очередь скажется на сроках развития речи и познавательной активности. Джанис Гибсон описывает работы, показывающие как исследовательское поведение зависит от наличия или отсутствия эмоциональной связи с близким

взрослым. Именно пониженная инициативность детей есть черта стёртых форм госпитализма. Совершенно очевидно, что уровень познавательной активности не является постоянной константой. Главным образом он зарождается в первые месяцы и годы жизни под влиянием окружающей среды. И особое значение имеет общение и эмоциональная привязанность ребёнка к взрослому. Как известно, познавательная активность и её составляющая часть ориентировочно — исследовательская активность помогает приспособиться ребёнку к новым обстоятельствам через наступательный стиль поведения. Низкий уровень общения младенца с близким взрослым и отсутствие заботы с его стороны повлечет за собой повышение уровня порогов, ориентировочно — исследовательского поведения [2].

Обеспечение регулярного эмоционального общения взрослого с младенцем приводит к целостному восприятию предмета и взрослого ребёнком, активизации познавательной активности. При интенсификации общения с малышом можно добиться значительных изменений в его поведении. Если у ребёнка есть обострённая потребность в общении, то её необходимо обеспечить ему для возникновения аффективно — личностной связи со взрослым. Важно обеспечить постоянство персонала на протяжении как можно большего срока деятельности. Проводить занятия интенсивного эмоционального общения с включением операций с предметами. Правильное воспитание должно быть организовано независимо от того, где растёт и воспитывается ребенок (в семье или в детском учреждении закрытого типа) [2].

Исследования в области антропологии, социологии и психологии формировали представление человека как продукта социальных сил и институтов. Учёные выступали за сближение с социальными институтами согласно духу того времени. Они говорили о том, что личность человека — результат воздействия социальных факторов, а не

биологических [3]. Р. Шпиц придерживался теории З. Фрейда при рассмотрении личности новорожденного, то есть исходил из того, что новорожденный находится в недифференцированном состоянии. Он говорил о том, что в этот период существуют объекты и объектные отношения. Объектные отношения развиваются в течение первого года жизни, к концу которого устанавливается либидозный объект. Р. Шпиц выделяет три стадии этого развития:

1) Дообъектная стадия — от 0 до 3 месяцев. Младенец не отличает одного человека от другого и не выделяет себя.

2) Стадия предварительного объекта — от 3 до 6 месяцев. Ребенок улыбается при просмотре рисунка, схематично изображающего человеческое лицо.

3) Объектная стадия — от 6 до 8 месяцев. Ребенок уже может четко различать знакомое и незнакомое лицо. Проявляет тревогу при разлуке с матерью, которая становится теперь объектом его любви [4].

С точки зрения современного исследователя эта схема развития у ребенка представления об объекте выглядит несколько упрощенно. Так анализ исследований проблемы депривации 70–80х гг. XX в. показывает, что в это время появилось множество доказательств существования уже у новорожденных младенцев целого ряда рудиментарных способностей к различению объектов, (в частности, например, способности выделять свою мать по таким ключевым ее характеристикам, как голос и запах).

В будущем эта концепция подверглась критике. Так исследования, проводимые в 80-х гг., утверждают, что младенец обладает рядом рудиментарных способностей к различению объектов. Р. Шпиц говорил о том, что лишение младенца на первом году жизни объектных отношений — это очень вредный фактор, который приводит к серьезным эмоциональным нарушениям. Если лишить ребенка отношений с матерью и не предоставить адекватной замены,

то он лишится источника либидо. Он отмечал, что ущерб, причиненный ребенку, лишившемуся матери, связан с длительностью этого лишения.

Проводя наблюдения за детьми 6 — 11 месяцев в яслях, Р. Шпиц выделил тех, которые были лишены матери на три и более месяцев между шестым и восьмым месяцами жизни. После отделения от матери у каждого были выявлены симптомы, похожие на те, которые есть у депрессивных взрослых. В связи с этим он ввёл новое понятие «анаклитическая депрессия». Под этим термином Р. Шпиц понимал депрессию, возникающую у ребенка в условиях разрыва первичной привязанности к близкому взрослому. И описал три её стадии развития. Первая стадия — плаксивости, раздражительности и боязливости, уменьшение активности. Вторая стадия — апатия и аутоподобное поведение.

На третьей стадии наблюдается тяжёлые психические нарушения, в том числе и синдром госпитализма (резкая потеря в весе, высокая уязвимость даже к незначительным инфекциям) с высокой вероятностью смертельного исхода. Любопытно, что у тех детей, у кого эмоциональная связь с матерью была мала анаклитическая депрессия была слабо выражена. Но тем не менее при разлуке более пяти месяцев симптоматика перерастает в госпитальный синдром. Если на первом году жизни ребёнка лишить присутствия в его жизни взрослого, связанным с ним эмоционально минимум на пять месяцев, то последствия для дальнейшего его развития будут необратимы. Наиболее слабым было развитие детей в детских домах. Шпиц увидел истинный госпитализм, 37% детей из 91 ребёнка умерло за период наблюдения [5]. Сначала отмечалась быстро развивающаяся общая пассивность ребенка. У него отмечается психическая депрессия, слабое сопротивление инфекциям, не смотря на хорошие условия. Такое сильное отставание в развитии Р. Шпиц объяснял отсутствием контакта с матерью. Он не

обращал внимание на сенсорную и моторную депривацию детей, за что и был подвергнут критике со стороны Й. Лангмейера и З. Матейчика. Которые писали о том, что ребёнок устанавливает эмоциональную связь не только с матерью, но и с отцом или иным близким взрослым [4]. Но последующие его опыты доказали первичность материнской депривации по отношению к остальным.

Литература

[1] Петрановская Л.В. Тайная опора: привязанность в жизни ребёнка / Людмила Петрановская; худ. Андрей Селиванов. — Москва: АСТ, 2015. — 288 с

[2] Возрастные особенности психического развития детей / Под ред. И. В. Дубровиной, М. И. Лисиной. — М., 1982. — С. 19—36.

[3] Александер Ф., Селесник Ш. Человек и его душа: познание и врачевание от древности до наших дней. — М., 1995. — 66 с.

[4] Лангмейер Й., Матейчек З. Психическая депривация в детском возрасте \ Й. Лангмейер, З. Матейчек; пер. Г. А. Овсянников. — Прага: Авиценум, 1984. — 247с.

[5] Лисина М. И. Формирование личности ребенка в общении. — СПб.: Питер, 2009. — 318 с.

[6] Уманская Е.Г. Развитие личности в условиях депривации. Прометей, М.: 2013- 78 с.

[7] Шпиц Р. А., Коблинер В. Г. Первый год жизни. Психоаналитическое исследование нормального и отклоняющегося развития объектных отношений. — М., 2000. — 243 с.

Гендерные особенности лидерского поведения у руководителей

Полякова Д.П.

Данная работа посвящена изучению гендерных особенностей проявления лидерства у руководителей не случайно, так как в последнее время большое внимание науки, практики и

общественности обращено к личности руководителя, его эффективной деятельности, что обусловлено экономическими и социальными изменениями в обществе. Каждому работающему важно как в моральном, так и в материальном смысле, кто и как управляет организацией, в которой он трудится.

Современный руководитель — понятие, складывающееся из различных характеристик. Это личность со всеми компонентами ее «бытия» (мировоззрением, потребностями, идеалами, интересами, ценностными ориентациями, качествами и чертами характера, способностями, биографическими, социальными, возрастными, гендерными, культурно-национальными и другими особенностями, профессионализмом, опытом, эрудицией и т.д.).

При анализе деятельности руководителя часто используются такие определения, как «лидерство» и «авторитет». Лидерство как качество личности руководителя создает, поднимает и усиливает его позицию в профессиональной деятельности. Лидерство может возникать как в системе деловых отношений, где лидер может брать на себя роли критика, эрудита, генератора идей, и др., так и в системе отношений неформального эмоционального плана.

Интерес исследователей к проблеме лидерства достаточно закономерен — в человеческом обществе существуют различные группы, непременным атрибутом которых на определенном этапе развития является выдвижение лидера. Существует множество теорий, но достичь единого понимания относительно этой проблемы и различных ее аспектов не удалось до сих пор. Лидерство рассматривается с разных точек зрения — как образ (когнитивный подход), как интеракционистский феномен (интеракционистский подход), как пограничная роль (теория систем).

В настоящее время актуальны исследования лидерских качеств у руководителей-мужчин и руководителей-женщин.

Традиционно проблема лидерства изучалась без учета пола, поскольку лидерская роль считалась маскулинной. Однако возникла необходимость сравнительного исследования лидеров обоего пола.

В настоящее время гендерные проблемы лидерства изучают как в отечественной, так и в зарубежной психологии. В отечественной психологии данной проблемой занимаются С.А. Алифанов, Т.В. Бендас, И.Н. Логвинов, О.Г. Лопухова, В.И. Румянцева, И.В. Ходырева, В.А. Шахова, И.Ф. Рековская. А в зарубежной психологии проблему лидерства изучают О. Тид, Боумен, Дж. Бергер, Э. Игли и др. Все вышесказанное говорит об актуальности темы моей курсовой работы.

Целью данного исследования является выявление гендерной особенности лидерства у руководителей.

Было выдвинуто две гипотезы. Первая гипотеза заключалась в том, что лидерские качества руководителей обоих полов будут проявляться в авторитарности в отношениях с окружающими. А во второй выявлялось, существуют ли значимые различия в выраженности лидерских качеств у мужчин и женщин руководителей.

Базой исследования были торгово-производственные фирмы ОАО «Термостепс» и ООО «Кералит». В исследовании приняли участие 30 руководителей разного уровня управления: 18 мужчин и 12 женщин.

Исследование показало, что среди руководителей-мужчин больше респондентов с высоким уровнем выраженности лидерских качеств (44.4%), тогда как руководители-женщины отличаются низким уровнем выраженности лидерских качеств (50%).

Также руководители-мужчины с низким уровнем выраженности лидерских качеств показали высокий уровень самоуважения (50%). Немногочисленная часть

руководителей-женщин выборки с высоким уровнем развития лидерских качеств (3 человека) продемонстрировали уверенность в себе (66.7%), способность справляться с трудными ситуациями. Было также выявлено, что руководители независимо от пола в отношениях с окружающими отличаются авторитарным типом взаимоотношений с окружающими, кроме того они являются хорошими руководителями, пользуются авторитетом у коллег и не навязывают свое мнение. Полученные результаты представлены в Таблицах 1 и 2.

Таблица 1. Факторы «Личностного дифференциала» (ЛД) среди руководителей-мужчин и руководителей-женщин с высоким уровнем выраженности лидерских качеств

Фактор	Степень выраженности показателя	Руководители — мужчины (n = 8)	Руководители — женщины (n = 3)		
		Количество человек	Проценты	Количество человек	Проценты
Оценка	высокий	1	12,5	2	66,7
	средний	6	75,0	1	33,3
	низкий	1	12,5	0	0
Сила	высокий	1	12,5	2	66,7
	средний	4	50,0	0	0
	низкий	3	37,5	1	33,3
Активность	высокий	1	12,5	0	0
	средний	6	75,0	2	66,7
	низкий	1	12,5	1	33,3

Таблица 2. Факторы «Личностного дифференциала» среди руководителей-мужчин и руководителей-женщин с низким уровнем выраженности лидерских качеств

Фактор	Степень выраженности показателя	Руководители — мужчины (n = 8)	Руководители — женщины (n = 6)		
		Количество человек	Проценты	Количество человек	Проценты
Оценка	высокий	4	50,0	0	0
	средний	2	25,0	5	83,3
	низкий	2	25,0	1	16,7
Сила	высокий	2	25,0	1	16,7
	средний	4	50,0	4	66,6
	низкий	2	25,0	1	16,7
Активность	высокий	1	12,5	0	0
	средний	6	75,0	5	83,3
	низкий	1	12,5	1	16,7

В ходе эмпирического исследования выдвинутые гипотезы нашли свое подтверждение.

В результате сделан вывод о том, что данные качества помогают руководителям быть эффективными лидерами в своей организации. Конечно, данное исследование проводилось на основании результатов, полученных в процессе исследования небольшой выборки, всего 30 человек, в дальнейшем планируется расширить диапазон исследования и увеличить количество испытуемых, тогда можно будет говорить о более точном результате.

Литература

[1] Бодина Ю.Н. Гендерные характеристики руководителя и их влияние на процесс управления // Теория и практика общественного развития. — 2011. — № 5.

[2] Вержибок Е.В. Гендерные различия активности и лидерства // Ученые записки педагогического института СГУ им. Н.Г. Чернышевского. — Серия: Психология. Педагогика. — 2009. — Т.2. — № 1.

[3] Гусева Н.И. Современная модель лидерства в условиях глобального контекста // Известия ИГЭА. — 2011. — № 4.

[4] Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология. — СПб.: Питер, 2003.

[5] Марковская А.В. Лидерство: командный подход // Вестник ЮУрГУ. — Серия «Психология». — 2008. — № 31.

[6] Спивак В.А. Лидерство: компетентностный подход и концепция факторов успеха лидера // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. — 2012.

[7] Чирикова А.Е. Мужчина и женщина как топ-менеджеры российских компаний // Социологические исследования. — 2003. — № 1.

Gender features of leadership behavior among executives

Polyakova D.P.

НАПРАВЛЕНИЯ «ЖУРНАЛИСТИКА» И «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Интернет как средство межкультурной коммуникации

Бобрик С., Лукьянова И.

Интернет — одно из проявлений глобализации современной культуры. На сегодняшний день количество пользователей достигает примерно 2.26 млрд. человек во всем мире. Такие данные приводит Комиссия ООН в своем докладе. Почти каждая более или менее развитая страна имеет доступ к «всемирной паутине». Интернет стал не просто заменять нам поход в магазин или визит в библиотеку, но и долгие поездки в другие города и страны для встречи с близкими или, например, изучения разных культур многих народов.

Теперь нужно лишь открыть крышку ноутбука и ввести нужную информацию, чтобы перенестись в совершенно незнакомое место, пообщаться с жителями разных стран, узнать, как они живут, выяснить, чем же наша культура отличается от их традиций, обычаев, устоев. Таким образом, создается идеальная среда для межкультурной коммуникации. Она, в свою очередь, обладает несколькими особенностями:

1. Интерактивность

Могли ли мы когда-нибудь представить себе, что будем обсуждать любимую книгу с другом... из далекого Китая? Теперь таким фактом никого не удивишь. Интернет позволяет нам рассуждать, спорить и доказывать, будучи на равных с любым человеком. Не важно, сколько тебе лет, какого ты пола или социального положения, в глобальной сети интернета все имеют одинаковое право на высказывание своей точки зрения.

2. Своевременность

В Интернете существует такое понятие, как «режим реального времени». Благодаря ему сглаживается разница во времени, стираются рамки часовых поясов. Так создаются новые условия для коммуникации. «Всемирная паутина» позволяет стереть расстояния между разными межкультурными группами и оперативно обмениваться информацией в реальном режиме времени, находясь на большом расстоянии друг от друга.

3. Полиязычность

Несмотря на то, что массовость и популярность изучения иностранных языков растет, для многих до сих пор существует такая проблема, как языковой барьер. Стремительно развивающиеся технологии интернета решили и ее. Теперь на многих современных сайтах появилась такая функция, как просмотр страницы на нескольких языках. Таким образом, ты можешь изучать культуру разных народов на своем родном языке.

Генеральный директор ЮНЕСКО заявила, что «многоязычие в Интернете может во многом способствовать достижению целей развития тысячелетия».

Как и все в мире, Интернет, как средство межкультурной коммуникации, имеет не только плюсы, но и некоторые минусы.

Так, в Интернете сейчас часто наблюдается огромное количество информации на тему расизма, ксенофобии и межнациональной розни. Кроме того, существует огромное количество сайтов экстремистских, террористических убеждений, посредством которых различные религиозные организации ведут широкую пропаганду своей идеологии.

Социальные сети как средство межкультурной коммуникации

Ни для кого не секрет, что с каждым днем все большей популярностью пользуются социальные сети интернета. Определение «социальная сеть» появилось еще в 1995 году с созданием сайта Classmates.com. Проект, оказавшийся

довольно успешным, в 2003-2004 гг. положил начало для появления таких «гигантов», как «MySpace» и «Facebook». Самой крупной по количеству зарегистрированных пользователей до сих пор является социальная сеть «Facebook», которая на октябрь 2012 года насчитывала более миллиарда пользователей.

Такая сумасшедшая популярность вполне оправдана. Многие социальные сети предлагают пользователям практически безграничные возможности.

Общение в социальных сетях позволяет моментально обмениваться информацией, фотографиями, новостями, видео на любых языках мира и из любых точек мира. Создание блогов, чатов, живых журналов и новых аккаунтов в «Twitter» и онлайн беседы в «Skype» активно затягивает человечество в межкультурную коммуникацию.

Несмотря на огромную популярность соц. сетей, они также могут быть очень опасны. Например, многие люди, выкладывая личную информацию и фотографии на свою страницу, не осознают, что могут стать жертвами мошенников.

Следует быть осторожным при выкладывании в сеть своих личных данных, фотографий и видео, носящих провокационный характер, так как в последнее время участились случаи перехвата информации хакерами в целях шантажа или продажи в известные издания. Особенно это касается публичных персон и знаменитостей.

Интернет-мемы как средство межкультурной коммуникации

Мемы отображают культурные стереотипы и явления современной действительности, которые актуальны и интересны для интернет-пользователей. Благодаря открытости интернет — пространства, мемы доступны широкой аудитории.

Первые интернет — мемы появились в 2007 году на имиджборде 4(four)chan. В современном интернет —

пространстве различают следующие типы интернет — мемов: текстовый мем, мем — картинка, видеомем, креолизованный мем.

Текстовый мем представляет собой слово, фразу или словосочетание. К примеру, «это неловкое чувство, когда...» или « мне одному кажется, что...». Каждое слово или словосочетание является либо началом текста, либо его концовкой.

Мемы — картинки существуют в двух основных разновидностях. Во-первых, это всеми узнаваемые изображения, например, «омская птица», «совы», «Ктулху». Во-вторых, это фото или картинки, обработанные в графическом редакторе «Photoshop» и получившие сленговое название «фото — жаба». «Грустный Киану Ривз» — снимок голливудского актера, с печальным видом поедающего сэндвич на скамейке в парке, является очередной фото — жабой.

Видеомемы имеют комический видеосюжет, могут неоднократно воспроизводиться и передаваться по электронной почте.

И последний тип — это креолизованный мем. Основным его компонентом является черный фон, на котором изображена надпись и картинка. Таким образом, мемы отображают современную действительность.

Существует также другой тип интернет — мемов, это мемо — рожицы. Которые появились в интернет — пространстве из американских комиксов. Мемо — рожицы становятся основным инструментом для проявления эмоций человека в виртуальном мире. С их помощью людям не стоит утруждать себя написанием текста, чтобы передать свое эмоциональное состояние. Они просто вставляют мемо-рожицу с той или иной эмоцией.

Следует рассмотреть еще один момент. Часто распространяемая в Интернете информация является пропагандистской, что вполне затрагивает и интернет —

мемы. Отечественный мем «Крымнаш» один из видов пропаганды. Он считается попыткой описания реальности. Внушает силу и чувство победы.

Любой тип мема может стать жертвой пропаганды. Так как это эффективный способ внушать людям иллюзию.

Пропаганда в Интернете. Информационные войны

Пропаганда существует в разных аспектах, хотелось бы затронуть именно Интернет — пропаганду. Что такое пропаганда? Это распространение взглядов, фактов, аргументов, в том числе и ложных, для формирования общественного мнения. Психологами доказано, что человек способен больше доверять таким источникам информации, с которыми он находится в тесном контакте. Таким эффектом является телевидение и Интернет. В Интернете значительно повышается уровень пропаганды в дискуссиях на форумах и в комментариях.

Существуют некие «вирусы», в которых информация размножается сама по себе и несет пропагандистское действие через радио, интернет и крупные СМИ. Достаточно эффективного видеоролика на злободневную тему, юмористического клипа, прикольной картинки, короткого и запоминающегося слогана, типа "не тормози — сникерсни".

Сегодня Интернет также используется в интересах противоборствующих сторон и для устранения неудобных режимов. Примером использования нового вида информационных войн можно назвать кризис в Кении в начале 2007 года, когда сигналом к очередным атакам служила именно информация в блогах и SMS-сообщениях. Участников антиамериканских демонстраций в Южной Корее также собирали с помощью онлайн — воззваний и сообщений на форумах, блогах.

Ситуация в Тунисе и Ливии. В декабре 2010 года на сайте «WikiLeaks» была выложена шифртелеграмма, в которой бывший посол США в Тунисе Роберт Ф. Годец разоблачал коррумпированность членов семьи президента

Бен Али. Именно после появления в сети данного документа в Тунисе начались уличные забастовки и демонстрации. При этом вся антиправительственная пропаганда и призывы к митингам велись через социальные сети «Facebook», микроблоги «Twitter» и «YouTube».

Обширные возможности Интернета активно используются различными экстремистскими и террористическими организациями для пропаганды расовой, религиозной и других форм нетерпимости. Развитие новых информационных технологий и их доступность открыли терроризму новые границы и положило начало так называемому кибертерроризму.

Особенностью современного общества является то, что оно — информационное. И это оказывает огромное влияние на культуру. Так, глобальная компьютерная сеть Интернет воздействует практически на все области жизни и деятельности человека. А значит, следует изучать Интернет как одно из средств межкультурной коммуникации.

Диалектизмы России

Балгурина А.В, Брянская Е.О

Диалектизмы — более узкие термины традиционной стилистики: «вульгаризм», «провинциализм» и другие. Диалектизмы-выражения или способы речи, употребляемые людьми той или иной местности.[1]

Современный русский язык — один из богатейших языков мира. Его величие заключается в его богатом словарном запасе, богатстве синонимов, особенностью звуков и другими различными стилистическими ресурсами. Русский национальный и литературный языки — понятия различные. Национальный русский язык охватывает все сферы речевой деятельности людей, независимо от образования, воспитания, места жительства, профессии; он

включает в свой состав диалекты, специальную лексику, жаргоны, то есть русский национальный язык неоднороден: в его составе функционируют особые разновидности языка.

Итак, давайте поговорим о диалектизмах. В разных уголках нашей страны жители говорят на “своем” языке. Человеку, приехавшему из города, иногда кажется, что в деревне говорят по-другому, как-то «не по-русски». «Ишшо селый чугунок шшей на ямки пасодишь — и у пещку», — такую фразу можно услышать в речи уроженцев Курской и Орловской областей, а означает она: «Еще целый чугунок щей на ухват посадишь- и в печку». Часто самые привычные слова в говорах имеют совсем другое значение. В Новгородской и Тверской области говорят: «Не кидай шуму за порог!», при этом словом «шум» (или шума) здесь называют «комнатный сор», «мусор». А вот пример из подмосковных говоров: «наш фтарагодник очинь брухачий (второгодник- двугодовалый жеребенок или теленок; брухачий- бодливый).

Горожане считают, что местный говор-это испорченный язык. На самом деле это далеко не так. Каждый местный язык есть целая стройная система, элементы которой взаимосвязаны.

Современные говоры — это результат развития древнерусских диалектов, история которых уходит корнями в глубокую древность. Да и сам литературный русский язык тоже является «потомком» говоров: в его основе лежат говоры Москвы и окружающих ее деревень.

Различия в речи москвичей и петербуржцев — это совокупность исторически сложившихся определённых систематически наблюдаемых орфоэпических, лексических и интонационных расхождений речи жителей двух столичных городов России — Москвы и Санкт-Петербурга. Оба варианта являются в русском языке нормативными, они понятны подавляющему большинству носителей русского языка вне зависимости от местонахождения и проживания,

но отличаются в некоторых частностях. Не все языковеды считают корректным называть совокупности особенностей речи жителей Москвы и Санкт-Петербурга говорами.

Так, например, в Москве это шаурма, а в Петербурге-шаверма.

Наиболее известные примеры лексических различий речи жителей двух российских столиц (Москва/Санкт-Петербург):

палатка/ларёк подъезд/парадная
бордюр/поребрик водолазка/бадлон
проездной/карточка эстакада/виадук
шаурма/шаверма батон/булка
пончик/пышка

Причины постепенной унификации

Синтез абсолютистско-бюрократической западной культуры с российскими традициями самодержавия, произошедший в «петербургской» России в конце XVIII — середине XIX веков, привёл её образованный столичный слой к осознанию себя главным источником и проповедником ценностей модернизации и отдельной ценностью — интеллигенцией. У значимой части интеллигентов развилось чувство собственной исключительности, снобизм и корпоративная солидарность, претензии на «высшее знание» и мессианские черты: озабоченность судьбами отечества, стремление к социальной критике при неспособности активно и системно действовать, чувство моральной сопричастности судьбам низших классов при реальной оторванности от народа, упорно не отличавшего интеллигентов от «господ».

Описанное выше не могло не привести ко взаимному социальному отчуждению, снижению авторитета интеллигенции как источника и верификатора культурных ценностей и, как следствие, серьёзному ограничению степени реального общероссийского влияния многих выработанных образованным Петербургом культурных

традиций — в том числе (и прежде всего) языковых стандартов. На это наложились и неизбежные последствия бурных исторических событий XX века — революции, ликбеза, индустриализации и урбанизации, Великой Отечественной войны, послевоенного развития и ускорения технического прогресса, повышения роли и развития кинематографа, звукозаписи и современных СМИ с общесоюзным охватом аудитории. Всё это привело к новым массовым переселенческим волнам, выравниванию и общему резкому повышению экономического, образовательного и культурного уровня населения страны и, как следствие, постепенному нивелированию его диалектных и социолектных различий, в том числе и в двух столицах страны.

Также основной причиной появления диалектизм лингвисты обычно считают особенности истории становления двух столичных городов России. К процессу возведения Санкт-Петербурга царём Петром было привлечено большое количество специалистов в различных областях техники, управленцев, купечества из самых разных областей России и из-за границы. Из них позже и сформировался столичный образованный слой, элита. [2]

Диалектизмы Астраханской области

Диалектные слова чаще всего называют предметы, признаки, действия, связанные с природой и повседневной жизнью человека. На наш взгляд, это связано с тем, что человек тесно связан с природой, зависит от неё.

В Астраханской области свои природные условия. Там находится река Волга и большое количество маленьких речушек, озёра (пресные и солёные), Каспийское море, степь. Диалектизмы Астраханского края можно разделить на следующие тематические группы: рыбы: (берш, красная), водоемы (двор, ерик), растения(верблюдка, демьянки), погода (казахстан, назарбай, ветра), быт людей (весновка, жареха).

Диалект и литературный язык, несмотря на большое количество различий, имеют и нечто общее. Во-первых, сам русский литературный язык (это можно отнести и к другим языкам) возник на основе диалекта. По этой причине диалектные и литературные слова могут быть образованы от одинаковых корней и даже совпадать по форме, имея различные значения. С точки зрения взаимосвязи с литературным языком диалектные слова Астраханского края можно разделить на 3 группы:

1. Диалектизмы, имеющие общие корни со словами литературного языка: быстрина — быстрый, весновка — весна, жарёха — жарить, махалка — махать, мористый — море, окушок — окунь, свежак — свежий, старица — старый, сушка — сушить и др. В основном новые слова образуются суффиксальным способом словообразования (с помощью суффиксов -к-, -ин-, -ист-, -иц- и т.п.).

Некоторые слова образованы от двух слов способом сложения: краснопёрка — красное перо, толстолобик — толстый лоб, черноспинка — чёрная спина.

2. Диалектизмы, не имеющие общих корней со словами литературного языка: берш, бабура, ерик, карамысик, кашкалдак, култук, чакан, чапура, чилим и др. Некоторые из этих слов являются заимствованными из других языков. Например, ерик, кашкалдак, култук — слова тюркского происхождения.

3. Диалектизмы, которые отличаются от слов литературного языка значением. В этой группе представлены слова, которые совпадают по форме со словами литературного языка, но отличаются от них значением. Они образованы с помощью метафоры (переноса по сходству).

Рассмотрим примеры: двор — большое чистое водное пространство среди зарослей камыша; рынок — место расхождения двух рек; сало—плавающие в воде небольшие льдинки, сгустившийся снег. Так, слово двор имеет в литературном языке одно из значений: участок земли между

домовыми постройками одного владения, одного городского участка. Диалектное слово возникло на основе того, что водное пространство также является огороженным, только не с помощью забора или домов, а с помощью зарослей камыша.[4]

Недавно сайт The Village опубликовал список наиболее популярных диалектизмов в городах России. [5] Приведем в пример некоторые из них

Нижний Новгород

ВИАДУК — эстакада, второй уровень развязки

ЛАВОЧКА — небольшой магазин

ЛЮКСОВАННЫЙ — об автомобиле: улучшенный, тюнингованный

Владивосток

ВАВКА — ранка, нарыв

ГАБАДЖОУ — блюдо из жареной свинины в крахмальном кляре

ГОСТИНКА — маленькая однокомнатная квартира

Волгоград

БАДИК — трость

КУШЕРИ — заросли или бездорожье

НА БЕТОНЕ — с напряжённым лицом

Екатеринбург

БАМБОШКА, БОМБОШКА — помпон из ниток

ВИХОТКА — мочалка

ВЫВОЗИТЬ, ВЫВОЗИТЬ КОЛЯСКУ — выполнять взятые на себя обязательства

Новосибирск

ЛОБОВИК — лобовое стекло автомобиля

МУЛЬТИФОРА — прозрачный пластиковый карман с перфорацией для крепления на скоросшивателе (*слово употребляется повсеместно в Сибири*)

Литература

[1] http://1tlt.ru/fai9sivlustykl/Различия_речи_в_Москве_и_Санкт-Петербурге

[2] <http://www.the-village.ru/village/situation/regions/140297-slovar-priezzhego>

Культура и особенности жестовой коммуникации англичан и русских

Гладышева К.

Культурные ценности отражаются в поведении людей, сказываются на их образе жизни, затрагивают все уровни коммуникации — вербальный, невербальный, эмоциональный — и формируют основные черты коммуникативного стиля.

Чтобы оба участника диалога чувствовали себя комфортно, необходимо понимать не только слова собеседника, но и используемые им средства невербальной коммуникации — мимику, жесты, позы, телодвижения, использование пространства и другие знаки, роль которых имеет немалое значение.

По данным исследователей, с помощью слов передается всего 40% информации, остальная — невербальными средствами; при восприятии человека во время первой встречи значимость его слов составляет всего 7%, голоса — 38%, внешности — 55%. Таким образом, самую важную роль играет визуальное восприятие собеседника.

Знаки невербальной коммуникации передают богатую информацию о собеседнике: его чувствах, настроениях, отношении ит. д. и являются предметом специальных исследований. Однако тот факт, что знаки невербальной коммуникации являются культурно специфичными, вызывает сложности в межкультурном

общении и может стать источником непонимания и даже конфликтов. Рассмотрим некоторые особенности невербального поведения англичан и русских.

«Невербальное поведение включает проксемию (использование пространства в процессе коммуникации, необходимое количество личной территории); кинесическое поведение (специфические жесты и частотность их использования, выражения лица, позы, телодвижения); тактильное поведение (допустимость прикосновений и тактильные жесты) и др. Сюда же можно отнести и паравербальные характеристики (темп речи, громкость, тональность, допустимость и длина пауз, допустимость и роль молчания и т.п.).»

Общение людей происходит на определенном расстоянии друг от друга, которое зависит от коммуникативного контекста — межличностных отношений участников коммуникативного акта, их статуса, возраста, ситуации, места и времени общения и т. д.

Эдвард Холл предложил выделять в связи с этим 4 типа дистанции:

- интимную (общение близких людей наедине, когда говорят шепотом);
- личную, или персональную (это дистанция, при которой близкие люди, супружеские пары, например, стоят в общественном месте, говорят в полголоса);
- социальную (расстояние между коллегами, продавцом и покупателем, когда говорят в полный голос);
- публичную (учитель и ученики, докладчик — аудитория, при такой дистанции говорят громко).

При общении англичан и русских проявляются некоторые различия в использовании пространства. Независимо от контекста, расстояние между англичанами всегда больше, чем расстояние между русскими. Представим данные исследователя в виде таблицы.

ТИП ДИСТАНЦИИ	РУССКИЕ	АНГЛИЧАНЕ
Интимная	10–18 см	10–45 см
Персональная	15–25 см	45–120 см
Социальная	30 см–2 м	1–4 м
Публичная	с 2,5 м	с 3,5 м

В процессе межличностной коммуникации наиболее важную роль играет персональная дистанция, то есть личное пространство, в которое человек не пускает других. Личное пространство в разных культурах не только различается размером, но и занимает разное место на лестнице ценностей. В английской культуре, которая является одной из наиболее индивидуализирующих, существует специальное слово «privacy» для обозначения этой важнейшей культурной ценности. У русских, у которых восприятие себя заканчивается границами тела, личное пространство если не отсутствует вовсе, то, по сравнению с англичанами, является минимальным. Во всяком случае, специального слова для его наименования в русском языке нет.

Зона личного пространства, соблюдение которого является обязательным, проявляется в повседневной жизни англичан. При наблюдении за их поведением (в транспорте, на улице, в магазине) возникает ощущение, что 'privacy' — это даже не абстрактное понятие, а объективная реальность, не видимая простым глазом. Действительно, кажется, будто вокруг каждого человека очерчен невидимый круг или распространяются какие-то волны, препятствующие соединению, отталкивающие людей друг от друга, как только они приближаются до допустимого предела, в результате чего в толпе люди не сталкиваются, они демонстрируют тончайшее чувство дистанции. Если же ненароком случилась такая неприятность, как столкновение, следуют самые искренние извинения, которые, однако, ни в

кчем случае нельзя использовать для продолжения разговора.

Русские же настолько толерантны к прикосновениям (на улице, в транспорте, магазине), что в подобных ситуациях не всегда считают необходимым извиниться.

Наличие зоны личного пространства у англичан и ее отсутствие у русских проявляется в том, что англичане при ходьбе предпринимают попытку избежать столкновения с идущим навстречу намного раньше, чем это делают русские. Если русские извиняются обычно при непосредственном физическом столкновении или едва не столкнувшись, англичане — при «столкновении» зонами автономии. При этом извиняются оба субъекта, независимо от того, кто спровоцировал создавшуюся ситуацию.

Уважение личной зоны комфорта проявляется также в строгом соблюдении очереди. Причем, стоя в очереди, например, в банке или магазине (за исключением продовольственных магазинов), англичане никогда не подходят к клиенту, которого в данный момент обслуживают, а терпеливо ждут на значительном расстоянии приглашения кассира. Когда очередь состоит из одного человека, стоящего в стороне (например, около билетной кассы в метро или на вокзале), русскому человеку его очень легко не заметить. Именно поэтому русские, даже не желая того, приобрели репутацию людей, которые постоянно игнорируют очередь.

Различие в использовании пространства англичанами и русскими свидетельствует о том, что первые чувствуют себя комфортно при большем личном пространстве, чем вторые. Англичане предпочитают стоять, сидеть на более значительном расстоянии друг от друга, чем русские. Поэтому не стоит удивляться, если в транспорте от вас будут отсаживаться, а когда вы зайдете в кабинет официального лица на деловую встречу, вам предложат сесть где-нибудь

прямо у двери. Поддерживать беседу в такой ситуации русскому человеку достаточно сложно.

Дистанция общения сказывается и на использовании знаков тактильной коммуникации. Англичане в общении избегают физических контактов, что неудивительно: прикоснуться к собеседнику, похлопать его по плечу на расстоянии вытянутой руки сложно и неудобно. Англичане этого практически и не делают: они не обнимаются, не целуются, не прикасаются друг к другу. Даже такой распространенный жест приветствия, как рукопожатие, используется, как правило, только при знакомстве. При этом рукопожатие у англичан более краткое, чем у русских, делается оно при полностью вытянутой руке и без попытки задержать руку собеседника в своей.

Что касается жестов и мимики, в английской культуре они используются очень ограниченно. И это не случайно: чем больше дистанция, характерная для той или иной культуры, тем больше в ней норм и ограничений на поведение людей. Ограниченная жестикуляция, как и сдержанная, неинтенсивная мимика, являются признаком воспитанности и хороших манер. Несколько своеобразным является использование визуального контакта. Как и в других европейских культурах, прямой взгляд у англичан является знаком внимания и заинтересованности. При этом глаза обычно неподвижны, не переходят с предмета на предмет, а сфокусированы в одной точке. Чтобы дать понять собеседнику, что они слышат и понимают его, англичане часто не кивают головой, а мигают. При этом смотреть прямо в глаза собеседника не принято. В русской культуре, которую исследователи называют «глазеющей», по сравнению с англосаксонской культурой, обычай смотреть прямо в глаза означает самораскрытие перед собеседником, что свидетельствует о прямой зависимости между контактом глаз и откровенностью в отношениях.

Русские используют жесты намного больше: они кивают головой в знак согласия; качают головой, когда не согласны; пожимают плечами или разводят руки, когда говорят «не знаю», и т. д.

Существенные различия в поведении англичан и русских проявляются в улыбке, которая имеет большое национальное своеобразие. Однако поскольку она связана с вопросом о демонстрации эмоций, более подробно остановимся на ее рассмотрении в следующем разделе. Здесь лишь отметим, что в английской культуре улыбка является обязательным элементом коммуникации, в то время как одним из наиболее ярких и национально-специфических черт русского невербального поведения и русского общения в целом является отсутствие улыбки.

Следует отметить, что в обобщенном виде особенности их использования можно сформулировать следующим образом: англичане предпочитают говорить тихим голосом, в среднем темпе, не перебивая друг друга и строго следуя правилу поочередности реплик; не допускают длинных пауз, нетерпимы к молчанию.

Подводя итог сказанному, подчеркнем, что в обобщенном виде для английского стиля невербальной коммуникации характерны следующие черты:

- значительная пространственная дистанция;
- бережное отношение к незыблемости личного пространства каждого из участников коммуникативного акта, недопустимость его нарушения;
- практически полное отсутствие тактильной коммуникации;
- ограниченное и сдержанное использование мимики и жестов;
- сдержанность в проявлении эмоций;
- социальная улыбчивость.

Среди особенностей русского коммуникативного стиля, выделяемых при сопоставлении с английским, можно назвать следующие:

- достаточно близкая дистанция общения;
- незначительное личное пространство и допустимость его нарушения;
- использование тактильной коммуникации;
- более активная жестикуляция;
- более интенсивная и выразительная мимика;
- открытое проявление эмоций;

В результате можно говорить о таких доминантных чертах невербальной коммуникации, как отдаленность и сдержанность у англичан и контактность, и большая свобода действий у русских.

Коммуникативные правила, которые можно порекомендовать тем, кто при общении с англичанами хочет в большей степени соответствовать их стилю коммуникации, следующие:

- Соблюдайте дистанцию: не приближайтесь близко к собеседнику.
- Будьте внимательны не только к тем, кто находится в непосредственной близости, но и дальше, т. е., расширяйте радиус, при котором следует обращать внимание на окружающих.
- Будьте сдержанны в поведении.
- Ограничивайте жестикуляцию.
- Избегайте тактильных контактов.
- Не протягивайте руку для пожатия при каждой встрече.
- Контролируйте эмоции.
- Не перебивайте собеседника.
- Соблюдайте поочередность реплик.
- Демонстрируйте хорошее настроение — улыбайтесь.

**Кинокритика как вид журналистской деятельности.
Изменение отношений: «кинолента — критик —
зритель»**

Жаданова В. В.

Кинокритика как вид журналистской деятельности появилась в начале XX века и за прошедшее столетие пережила существенную трансформацию. Изменение отношений между фильмом, зрителем, кинокритиком внесло ощутимые коррективы в профессиональную деятельность киножурналистов. Сеть интернет привела к созданию новой аудитории зрителей и критиков.

Кинокритика как направление журналистики появилась чуть более ста лет назад с появлением первых фильмов. Первым изданием, освещавшим эту тему, стал журнал “Кино”, просуществовавший с 1907 по 1908 как приложение к фотожурналу «Светопись». Журнал не мог похвастаться серьезной критикой картин, выходивших в тот период, а являлся скорее рекламным. Чтобы понимать дальнейшее исследование, стоит сразу же определиться и с определением «критика». Критик (греч. *κριτικός*, от *κριτική* — искусство разбирать, судить) — человек (*специалист*), сферой деятельности которого является *критика*, то есть анализ, оценка и суждение о явлениях какой-либо из областей человеческой деятельности, обычно в сфере культуры [1]. В СССР подобных кинокритиков было множество, однако большинство из них, были скорее цензорами, и проверяли фильмы на наличие идеологически правильной направленности. В постреволюционный период, с приходом к власти большевиков, кино из массового развлечения стало превращаться в вид политической пропаганды идей советской власти. Вот тут и начала развиваться киножурналистика и, в частности, кинокритика. Известно,

что В. И. Ленин говорил: «Из всех искусств для нас важнейшим является кино» [2].

Эта фраза не случайна. Не случайно и то, что за выходом кинокартин на отечественные экраны в СССР следили очень внимательно, цензурировали. Ведь фильм — это средство пропаганды, причем очень сильное. Пропаганды определенного образа жизни, мыслей. Также, это средство социализации. В Советском Союзе оно использовалось очень активно, сейчас меньше, но сомневаться в том, что кино производит вклад в развитие общественного сознания, — не приходится.

Поле деятельности журналиста в таком виде искусства было широким. Кинокритика когда-то оказывала непосредственное влияние на процесс кинопроизводства, т.к. киножурналы подробно описывали как, где, когда проходит съемка, следили за новостями со съемочной площадки, давали характеристику происходящему с технической, производственной, художественно-постановочной, и, самое главное, идеологической точки зрения. Наиболее яркими и популярными были журналы «Кино-фот» (1922 — 1923 гг.), «Советское кино» (1925 — 1928 гг.), «Советский экран» (1925 — 1998 гг.), «Искусство кино» (1931 — настоящее время) [3]. Нетрудно заметить, что из перечисленных выше журналов, свою деятельность ведет только один. А вообще, до наших дней свою деятельность не прекратили всего 2 центральных издания: «Сеанс» и «искусство кино», к которым примыкают множество колонок в массовой прессе. Процентное соотношение профессиональной литературы и публицистики на данную тему в советское время и в наши дни сильно отличается. Это связано в первую очередь с изменениями в самом процессе производства картин (переход на «коммерческое начало» с потерей идеологического), с изменением в области аудитории, которая оказывает главнейшую роль в данном виде деятельности, а также, с техническим прогрессом. С

коммерческим началом в производстве все понятно, а вот что имеется в виду под изменением аудитории, сейчас объясню. Во-первых, изменились потребности этой самой аудитории: кинофильм воспринимается большинством, как сопутствующий отдыху вид культуры, который не требует умственных затрат (оговорюсь, что аудитория, любящая серьезное кино осталась, но численно уменьшилась). Причем, еще с 1970-х годов этот вид искусства является приоритетным [4, 154]. Во-вторых, с появившейся технической возможностью зрителям самим давать оценку фильмов, писать рецензии, обзоры, — тем самым выполняя работу профессиональных критиков. Современная кинокритика — это сетевая кинокритика с возможностью быстрого реагирования, компактными информационными, но богатыми художественно-выразительными средствами и экспрессивной окраской текстами, это журналистика противоположностей, теряющая профессиональную основу, но дающая возможность высказывать мнение массам.

На данный момент в кинокритике сильно ощущается отсутствие школы и исторических знаний в данной области, оценки фильмов производятся в большей степени по меркам шоу-бизнеса, а не искусства (освещаются лишь интересные массовую публику стороны кинопроизводства). «Критический консенсус» перестал существовать, критика «черного и белого» изжила себя и осталась в прошлом, как и идеологическая пропаганда. Свобода выбора, подаренная сетью интернет, дает возможность для получения информации из любого источника по выбору самого читателя, а, следовательно, вынуждает кинокритику становиться более пластичной, не теоретической, ориентированной не на кинопроизводителей и режиссеров, а на массового зрителя трех различных типов: ходящего в кинотеатр, смотрящего фильмы по ТВ, скачивающего фильмы из интернета. Каждый из этих типов зрителей обладает своими потребностями и интересами в

сфере кинематографа и ориентируется на различную критику. Подобная специфика кинокритики, в последнее время делает популярными конкретные имена и фамилии в данной области, которые и формируют жанровые особенности журналистики в сфере кино. Так, проблемные статьи и творческие портреты — сфера деятельности кинокритиков профессиональных журналов; обозрение, анонс — телевизионные и радионные жанры кинокритики; отзыв, рецензия — печатные жанры, представленные в сети интернет (зачастую непрофессионалами). Из вышеперечисленного можно сделать вывод, что кинокритика, как таковая, доходит до массового зрителя больше в информационном, завлекательном, а не аналитическом характере. То есть, профессиональная кинокритика, с одной стороны, возвращается к истокам, т.к. приобретает рекламный характер пост-продакшн, а, с другой стороны, она уже не способна повлиять на общественное мнение с такой силой, с какой делала это ранее. Более того, на данный момент остро стоит вопрос о необходимости рецензии в кинокритике. Как таковая, — она умирает, и, по мнению Антона Долина, (ведущего российского кинокритика) на то есть свои причины: «времени на долгое погружение в один фильм — нет. Людей интересует динамика и возможность составлять быстрый shop-list, а не твои философские размышления». Действительно, роль кинокритика в современном обществе по большей мере сводится к роли информатора о появлении того или иного фильма, а не в анализе его составляющих. Этим анализом люди теперь занимаются самостоятельно, самостоятельно анализируют, выкладывают свои мысли в сеть и дают оценки, присваивая «звезды» понравившимся фильмам. И теперь уже критик, говоря о том или ином произведении киноискусства, опирается на мнение аудитории и рейтинг присвоенный фильму.

В 1928 году француз Андре Эмбер планировал появление «небесного кино», которое позволило бы проецировать на небо фильмы сразу для миллионов. В кино видели возможности для создания транснационального языка и «международного воображения» [5]. С этого момента прошло много лет, и такой язык был найден — это сеть интернет, породившая интернациональный язык кинематографа и порушившая границы национальной кинокритики как области профессиональной деятельности. «Международное воображение» — термин, хорошо характеризующий положение дел в сфере кинокритики на сегодняшний день. Именно международность и определяет формат кинокритики интернет — пространства. Это отражает запрос «на изменение ценностей» в обществе. Известный кинокритик Михаил Ямпольский писал: «Кино интерпретирует мир, потому что кино само создает образ этого мира. Но если этот самый “образ”, создаваемый современным массовым кинематографом зачастую донельзя плоский и не нуждается в анализе, то киножурналистике нечего интерпретировать и доносить массам. Получается, она им попросту не нужна, а нужна лишь немногочисленному кругу людей, интересующихся редким немассовым кино» [3].

Немассовое кино — область искусства, в которой кинокритика почти не претерпевает изменений. Тут можно говорить о влиянии кинокритика на производственный процесс (пример реакция на американский фильм «Щелкунчик»), о высокой теоретической базе, о глубоком анализе фильмов. Однако эта область является скорее научной, чем журналистской. Деятельность профессиональных кинокритиков, специализирующихся на артхаусном, немассовом кино, — предполагает анализ картин с технической, идеологической, идейной основы. Она столь же философски сложна и недоступна обыденному

читателю, как и само артхаусное кино, доступ к которому есть только в больших городах, да и то не во всех.

Таким образом, подводя итог, стоит отметить глубинные изменения в самой концепции киножурналистики и кинокритики, внесенные техническим прогрессом и процессом глобализации. Кинокритик больше не имеет монополии на «высказывание о кино», киножурналистика стала массовой и доступной всем. Возможность создания рейтингов массами, говорит о появлении в этой области деятельности, — журналистики по типу «от многих — многим». В области кинокритики наблюдается существенное снижение доли профессиональных аналитических материалов, ведущее к снижению качества анализа кинопроизводства. Кинокритика изменяется, как внутренне, так и внешне: меняет медиа каналы, внешние проявления и жанровые особенности.

Литература

[1] <https://ru.wikipedia.org>

[2] Кино и зритель. Опыт социологического исследования. М., 1968

[3] «Сеанс» 24 августа, 2012. — «Кому нужна кинокритика?» М. Ратгауз.

Film critic as a kind of journalistic activity. Changing attitudes: "reel of film — critic — the audience"

Zhadanova V.

Film criticism as a form of journalism has appeared at the beginning of XX century, and over the last century endured a significant transformation. Changing the relationship between movie, viewer, and film critic has made significant adjustments to professional activities of Journalists. The Internet caused to the creation a new audience of viewers and critics.

Ситуация на Украине глазами проправительственных российских СМИ на примере «Первого канала»

Зубкова Е.

Сейчас о политике, а точнее о ситуации на Украине, говорят все и везде. Выразить свою позицию по Крыму стало трендом. Однако, надо честно признать, что из всех желающих вступить в полемику на данную тему, мало кто реально разбирается в политике. Но при этом, люди, которые едва ли могут отличить Февральскую революцию от Октябрьской (а кто-то даже затрудниться назвать месяцы, когда происходили эти исторические события) запросто оперируют такими понятиями как «нелегитимная власть», «экономические санкции», «железный занавес» и т.д., и выдвигают «свои» версии происходящего («Евромайдан проплатили евреи», «Запад снова устроил «цветную» революцию», «Ситуация на Украине раздута самим Путиным»). Но все муссируемые в общественной среде версии имеют первоначальные источники. Такими источниками являются СМИ. Именно они формируют общественное мнение и становятся серьезным оружием в борьбе за власть. Получается, простите за тавтологию, «четвертая власть» воюет за власть. Сейчас власть-сила у того, кто может позволить себе отхапать побольше в геополитической дележке, и при этом не потерять своих позиций на мировой арене.

Для того, чтобы это обеспечить, необходимо грамотно вести не только завоевательную, дипломатическую и внутривластную игру, но и грамотно проводить информационную политику, и следовать в ней принципам, которые сформулировал когда-то еще товарищ Геббельс. Он говорил так:

«Дайте мне средства массовой информации, и я из любого народа сделаю стадо свиней» [1].

То, что происходит сейчас в российском и мировом СМИ-пространстве, можно смело назвать геополитической информационной войной.

На Украине, в России и на Западе Крымский кризис освещается совершенно по-разному. Так как объем данной работы ограничен, предлагается ознакомиться с освещением ситуации на Украине следующим образом. Возьмем основные принципы пропаганды, провозглашенные Геббельсом:

- Пропаганда должна быть спланирована и руководится из одной инстанции
- Только авторитет может определить, должен ли результат пропаганды быть истинным или ложным
- Черная пропаганда используется, когда белая менее возможна или дает нежелательные эффекты
- Пропаганда должна характеризовать события и людей отличительными фразами или лозунгами
- Для лучшего восприятия, пропаганда должна вызывать интерес аудитории и передаваться через привлекающую внимание среду коммуникаций [1].

А теперь давайте возьмем в качестве примера главный российский федеральный канал — «Первый канал», и проверим его на соответствие этим пунктам.

Будем считать, что «Первый канал» — это абсолют госпропаганды. То есть по нему можно составить представление и об остальных СМИ проправительственной направленности.

Инстанция, которая на данный момент руководит главными информационными потоками в стране — это, если говорить обобщенно, государство. Крупнейшие медиа-холдинги контролируются правительством РФ, медиа-рынок страны монополизирован. ВГТРК, например, принадлежит правительству Российской Федерации, соответственно, все СМИ входящие в медиа-холдинг руководятся Кремлем.

Рассматриваемый нами «Первый канал» является дочерним предприятием медиа-холдинга «Национальная Медиа Группа», и позиционируется как главный государственный телеканал (контрольный пакет акций «Первого» принадлежит государству). Естественно, эти СМИ будут поддерживать всецело политику, проводимую нынешним правительством.

Что касается второго и третьего тезиса Геббельса — здесь судить достаточно сложно, насколько правдив результат пропаганды, и можно ли назвать пропаганду федеральных каналов «черной».

Если говорить о вводе российских войск в Украину, то, пожалуй, следует признать, что федеральные каналы освещали этот факт не совсем объективно. На деле, в феврале этого года российские воинские части высадились в Крыму, без каких-либо опознавательных знаков (из-за чего в народе стали называться «зелеными человечками»), и с этого момента началась военная операция, целью которой было подчинение украинских воинских частей на полуострове.

При этом, в российских СМИ преподносилась официальная версия, по которой Россия не признавала своей причастности к военным подразделениям в Крыму (они были названы «местными силами самообороны»). Президент Путин заявлял, что никто не собирается вводить войска, а по поводу таковых в Крыму было сказано, что это военные учения, не имеющие отношения к событиям на Украине [2]. Это ли не «черная пропаганда», учитывая, что даже в русской Википедии глава о «зеленых человечках» озаглавлена «Действия российских войск и крымских отрядов самообороны на территории Крыма»[3]...

Уже после проведения Референдума и признания Крыма частью Российской Федерации на конференции Путин признал, что военнослужащие российской армии в Крыму все-таки присутствовали:

«За спиной сил самообороны Крыма, конечно, стояли наши военнослужащие. Они действовали очень корректно, решительно и профессионально. По-другому провести референдум открыто, честно, достойно и помочь людям выразить свое мнение было просто невозможно»[4].

Об этом сообщают «РИА Новости». В свою очередь, рассматриваемый нами «Первый канал», в отчете за ту же конференцию, данные слова президента в качестве цитаты не приводит. Такой отбор информации говорит о том, что все же власти заинтересованы в том, чтобы результат пропаганды был скорее ложным, чем истинным. По крайней мере, таким результат должен быть для широких слоев населения, которые не будут подробно изучать проблему, анализируя информацию из разных источников.

Возвращаемся к Геббельсу, который говорил о том, что пропаганда должна передаваться по наиболее привлекательным каналам коммуникации... «Первый канал», как ни крути, смотрит большинство (охват аудитории — 98,8% населения страны), что явно говорит о его привлекательности. В общем, Геббельс однозначно выступал бы по «Первому», если бы ему надо было вести пропаганду фашизма в России.

Теперь давайте перейдем к пункту, выражающему качество пропаганды. События и люди, для наибольшего эффекта пропаганды, должны обладать экспрессивными характеристиками, оседающими в массовом сознании. Это те самые характеристики, которыми потом всю оперируют далекие от политики люди.

В репортажах первого канала, сторонники новой власти в Киеве называются «бандеровцы», «радикалы», «фашисты», «неонацисты», что явно несет негативную коннотацию. Тех, кто выступают против новой власти, называют более ласково — «добровольцы», «неравнодушные граждане»... Таким образом, население Украины поделили на две противоборствующие группировки.

Просматривая репортажи «Первого канала», складывается впечатление, что всё русскоязычное население выступает против новой власти и мечтает оказаться в составе Российской Федерации. С экрана слышны лозунги, наподобие «Донбасс с Россией!», «Донбасс против фашизма!»

При этом, мы не видим другой точки зрения. Например, посол США в Украине, в своем интервью CNN сообщает о том, что население Юго-Востока Украины хочет жить в единой и политически стабильной стране, и надеется договориться с Киевом. В свою очередь митингующие — это сепаратисты, простимулированные внешними силами [5].

Что касается Крыма, то о его присоединении на первом канале говорят только как о закономерном результате, вытекающем из референдума. «Присоединение Крыма», «вхождение в состав РФ», «появление нового субъекта в составе РФ», «воссоединение Крыма с РФ». То есть у зрителей канала даже не может возникнуть сомнений в оправданности таких территориальных изменений. Хотя, в украинских источниках присоединение Крыма называют «оккупацией», «аннексией», «захватом» [6].

Референдумы в Донецкой и Луганской областях, преподносятся в репортажах как абсолютно законные и поддерживаемые всеми жителями Юго-Востока Украины, как «проявление народной воли». Судя по одному из репортажей, в признании результатов референдумов проявили единодушие все (включая западные СМИ). Приводятся выдержки из западных изданий:

«Даже те, кто самоопределение Донецка и Луганска не признает, вынуждены считаться с очевидным: "Как бы то ни было, многие люди здесь — как минимум, те, кто проголосовал, увидят в этом мощное выражение народной воли. И, наконец, очереди на избирательные участки наглядно свидетельствуют о том, что люди

протестуют против правительства в Киеве", — отмечает "Вашингтон Пост"[8].

Однако, если мы обратимся к оригиналу статьи в «Вашингтон Пост», то станет ясным, что фраза вырвана из контекста и переведена не совсем верно, учитывая семантику всего текста публикации. В статье американской газеты говорится о сомнительности результатов референдума, который легитимным никто, кроме России, пока что признавать не собирается[8].

Итак, давайте подведем итоги, и представим, как в глазах зрителя «Первого канала» выглядит ситуация на Украине:

- население страны делится на два лагеря — сторонники новой власти в Киеве (фашисты) и русскоязычное население, выступающее против «киевской хунты»

- Россия не вводила свои войска на территорию Крыма — это были учения

- Крым стал субъектом РФ в результате легитимного референдума

- большая часть населения Крыма, а также митингующие на Юго-Востоке Украины мечтали/мечтают оказаться в составе РФ

- Отделение Донецкой и Луганской областей поддержало большинство жителей Юго-Востока Украины

Это смело можно считать результатом качественной пропаганды, проводимой в рамках информационной политики российского правительства. Мы не говорим в данном случае о том, насколько ее можно отнести к «черной» пропаганде, однако, некоторые примеры показывают, что информация зачастую подается искаженно, именно так, как выгодно правительству РФ. С одной стороны — это субъективная журналистика, а с другой стороны, не

кажется ли вам вполне естественным то, что на гостелеканалах проводится государственная политика?

Литература

[1] http://www.historicus.ru/joseph_Gebbels_teoretik_SMI_Treyego_Reiha/

[2] <http://www.1tv.ru/news/social/253811>

[3] http://ru.wikipedia.org/wiki/Крымский_кризис

[4] <http://ria.ru/politics/20140417/1004350739.html>

[5] http://www.ukrinform.ua/rus/news/bolshinstvo_naseleniya_v_ostoka_ukraini_hochet_mira___posol_ssha_1626060

[6] <http://ru.tsn.ua/search/%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B8%D1%8F%20%D0%BA%D1%80%D1%8B%D0%BC%D0%B0>

[7] <http://www.1tv.ru/news/world/258546>

[8] http://www.washingtonpost.com/world/europe/ukraines-rebels-say-they-are-seeking-a-mandate-not-independence-in-referendum/2014/05/11/ac02688a-d8dc-11e3-aae8-c2d44bd79778_story.html

The situation in Ukraine through the eyes of pro-government Russian media on the example of "First Channel"

Zubkov E.

Использование механизмов «мягкой силы» во внешнеполитической деятельности Российской Федерации

Кузнецова А.Ю.

Статья посвящена концепции «мягкой силы»: подробно проанализирован ее инструментарий в краткосрочной и долгосрочной перспективах, изучены механизмы использования «мягкой силы» России во внешнеполитической деятельности. Данная публикация также разбирает вопросы формирования имиджа России на международной арене.

Ведущие государства мира (США, Китай, Германия, Франция, Великобритания и др.) активно в последние годы используют для своих внешнеполитических целей и улучшения имиджа страны на международной арене концепцию «мягкой силы» (привлекательность государства), а также различные ее производные («умная сила», «сетевая сила»). Россия в данном случае не является исключением.

Неслучайно 9 июля 2012 года Президент РФ **Владимир Путин** на Совещании послов и постоянных представителей России впервые обратил внимание отечественной дипломатии на необходимость использовать в работе «мягкую силу». Он подчеркнул: *«Напомню, что политика «мягкой силы» предусматривает продвижение своих интересов и подходов путем убеждения и привлечения симпатий к своей стране, основываясь на ее достижениях не только в материальной, но и в духовной культуре, и в интеллектуальной сфере. Пока, надо признать, образ России за рубежом формируется не нами, поэтому он часто искажен и не отражает ни реальную ситуацию в нашей стране, ни ее вклад в мировую цивилизацию, в науку, культуру, да и позиция нашей страны в международных делах сейчас освещается как-то однобоко. Те, кто стреляет и постоянно наносит ракетные удары тут и там, они молодцы, а те, кто предупреждает о необходимости сдержанного диалога, те вроде как в чем-то виноваты. А виноваты мы с вами в том, что мы плохо объясняем свою позицию. Вот в чем мы виноваты»*[1].

По словам руководителя российского внешнеполитического ведомства **С.В.Лаврова**: *«Сегодня очевидно, что без грамотного использования солидного ресурса «мягкой силы» невозможно эффективно отстаивать интересы государства в мире»*[2].

Но перед тем как разрабатывать комплекс стратегических концепций для современной России и говорить про формирование позитивного имиджа

государства на международной арене, необходимо вспомнить опыт нашего прошлого.

Первым, кто позаботился о формировании привлекательного имиджа России за рубежом, оказался Петр Первый. Именно он повлиял на то, чтобы в страну съехались те самые представители креативного класса — иностранцы, которые существенно смогли повлиять на развитие экономического, политического и военного потенциала страны. В результате петровских реформ имидж России в глазах западных держав круто изменился. Развитие промышленности, культуры, морского флота, победы в войнах — все это значительно повлияло на образ Российской империи. Продолжательницей данного курса выступила Екатерина Великая, которой удалось эффективно совместить формирование имиджа России как за рубежом, так и внутри страны.

Интересен и советский опыт пропагандистской работы на границу. Конечно же, в основном вся политика того времени была сосредоточена на идеологическом фронте, но стоит также отметить и высокий профессионализм сотрудников, которые трудились в этой области.

В последние годы было сделано немало для создания определенных условий для работы механизмов «мягкой силы», деятельность которых была направлена на работу с международным общественным мнением. Однако стоит отметить, что в России отсутствует единая целостная стратегия реализации концепции «мягкой силы», которая могла бы координировать все формы и средства формирования привлекательного образа государства. Да и Россия начала активно развиваться лишь в 2000-е гг., когда стала вновь претендовать на более значимую роль в международных делах. Только тогда руководство страны задумалось о том, чтобы восстановить старые инструменты внешней коммуникации и создать новые.

Среди таких мер, которые предприняла Россия, было и реформирование «Росзарубежцентра». Теперь данное учреждение носит название «**Россотрудничество**» — Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству. Главной задачей данного агентства является поддержка русского языка и культуры, взаимодействие с соотечественниками, особенно на территории бывшего Советского Союза[3]. Конечно же, «Россотрудничество» является важным механизмом реализации «мягкой силы», но автору данной научной публикации представляется, что основную роль в этом процессе должны играть именно соотечественники — люди, которые принадлежат к великому сообществу «русского мира» в широком смысле этого слова, которые составляют ядро русской культуры. Именно они выступают ретрансляторами общественного мнения, а также будут способствовать формированию позитивного имиджа России на международной арене.

К 2020 году «Россотрудничество» планирует увеличить количество своих представительств до 140 — 150 в 104 странах мира. Однако Россия значительно отстает от других государств по числу представительств гуманитарно-культурного направления за границей. Для сравнения, отстаивающий интересы Великобритании Британский институт присутствует в 215 городах 110 стран мира, немецкий Институт Гете — в 90 странах с около 130 собственными представительствами, представляющие китайские интересы Институты Конфуция работают в 850 городах[4].

В процессе модернизации каналов распространения «мягкой силы» были реформированы информационное агентство ИТАР-ТАСС, «Российская газета», телеканал «Russia Today», а также радиостанция «Голос России» и агентство международной информации РИА «Новости». В

соответствии с Указом Президента РФ от 9 декабря 2013 года «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации» на базе РИА «Новости» с 9 марта 2014 года функционирует федеральное государственное унитарное предприятие «Международное информационное агентство **«Россия сегодня»**, основной деятельностью которого является *«освещение за рубежом государственной политики Российской Федерации и общественной жизни в Российской Федерации»*[5].

Что касается «Российской государственной радиовещательной компании **«Голос России»**, то она будет ликвидирована, но *«с последующей передачей закрепленного за ним на праве оперативного управления имущества в хозяйственное ведение федерального государственного унитарного предприятия «Международное информационное агентство «Россия сегодня»*[6].

Это решение в стране и за ее пределами вызвало непонимание со стороны общественности, ведь **РИА «Новости»** — агентство, которое функционировало на протяжении многих лет и имело отлаженную систему работы. Для справки следует отметить, что РИА включало в себя 7 форматов (текст, аудио, фото, видео, инфографика, инфоэкран, 3D-изображения), выпускало новостной контент на 7 платформах (газетах, сайтах, инфоэкранах, мобильном ТВ, социальных сетях, приложениях для планшетных и мобильных устройств), а также распространяло информацию на 14 языках. Важно, что РИА «Новости» дважды в неделю выпускало иноязычную газету «The Moscow News» на английском, арабском и русском языках, а также ежемесячный англоязычный журнал о России «Russia Profile». По данным агентства «Медиалогия», РИА «Новости» являлось самым цитируемым источником информации о России[7]. Все это значительно

способствовало развитию коммуникации с зарубежной аудиторией.

Если говорить о «Международном информационном агентстве **«Россия сегодня»**», то оно призвано улучшить имидж России на мировой арене. Как заявил **Дмитрий Киселев**, генеральный директор: *«Восстановление справедливого отношения к России, как важной стране мира с добрыми намерениями, — это и есть миссия новой структуры, которую мне предстоит возглавить»*[8].

Данное агентство только приступает к своей работе и, к сожалению, еще нельзя сделать каких-либо выводов, но возможно, что часть функционала РИА «Новостей» останется за ним. В первую очередь, имеется в виду информационная составляющая. Идея создания нового международного проекта в виде агентства «Россия сегодня», в принципе, ясна: облагородить имидж страны на мировой арене и, конечно же, информировать зарубежную аудиторию таким образом, чтобы это было выгодно нам, то есть иметь свой собственный голос, что, безусловно, является важным инструментом сегодня.

В 2011 году было реформировано и информационное агентство **ИТАР-ТАСС**, которое так же, как и РИА «Новости» стало мультимедийным информагентством. Еще в советские времена предполагалось, что ИТАР-ТАСС будет специализироваться на распространении информации внутри страны, а РИА «Новости» — на тот период «Совинформбюро» — будет сотрудничать с зарубежными СМИ, распространять информацию за рубеж и формировать то самое международное общественное мнение. Однако в последующие годы оба агентства работали и на российскую, и на зарубежную аудиторию одновременно. Вопрос возник и о финансировании, ведь это государственные структуры. Это еще одна причина того, почему ликвидировали РИА «Новости». **Сергей Иванов**, руководитель кремлевской администрации, пояснил это решение как *«более*

рациональное использование бюджетных средств, выделяемых государственным информационным ресурсам»[9]. Он подчеркнул, что *«речь здесь идет об уменьшении, а не увеличении их размеров, и уже на следующий год расходы бюджета на эту сферу уменьшены»*[10].

Радиовещательная компания **«Голос России»** также была подвержена модернизации. На сегодняшний день радиостанция вещает на зарубежные страны, и ее аудитория составляет 109 миллионов человек, а передачи **«Голоса России»** можно услышать на 31 языке в 27 странах, покрывая 225 городов. Это также и собственные распространенные подразделения, которые функционируют в Вашингтоне, Лондоне, Рио-де-Жанейро, Стамбуле и Киеве[11].

Главная задача радиостанции заключается в том, чтобы знакомить *«мировое сообщество с жизнью в России, информировать о подходах российского государства к важнейшим международным событиям, вести диалог с соотечественниками за рубежом, содействовать популяризации русского языка и культуры»*[12].

Одним из ключевых инструментов изменения отношения к России за рубежом стал телеканал **Russia Today**. Он был основан в 2005 году и на сегодняшний день его аудитория уже насчитывает около 644 миллионов человек по всему миру. Телеканал располагает 22 корпунктами в 19 странах мира, вещает на английском, арабском (**«Русия аль-Яум»**) и испанском (**RT en español**) языках.

Основную задачу телеканала сформулировала главный редактор RT **Маргарита Симоньян**, она подчеркнула: *«Мы поставили себе цель показать зарубежной аудитории настоящую Россию, все, что с ней связано: историю, культуру, экономику, политику»*[13]. Телеканал как раз и стремится предоставить альтернативную другим транснациональным СМИ — BBC, CNN — точку зрения в

отношении мировых событий. Так, например, исследовательский центр британской компании Kantar Group показывает, что 70% зрителей RT Великобритании за последние пять лет стали более информированы о России, и за 5 лет вещания канала на Великобританию отношение к России среди британских зрителей RT улучшилось в 2,5 раза (в исследовании участвовали 10,25 тысяч респондентов)[14].

Сегодня многие государственные чиновники за рубежом уже начинают опасаться деятельности телеканала Russia Today. Так, например, в 2011 году (на тот период времени Госсекретарь США) **Хиллари Клинтон** заявила, что *«мы находимся в состоянии информационной войны, и мы эту войну проигрываем. Аль-Джазира побеждает. Китайцы создали глобальную телевизионную сеть, вещающую на английском и других языках. Русские создали англоязычный канал. Я видела это в нескольких странах, и это достаточно поучительно»*[15].

Вместе с государственным Russia Today за рубежом будет также вещать и другой наш отечественный телеканал. Холдинг Bridge Media[16] запускает в странах Европы и Ближнего Востока канал **Russian Travel Guide International** на английском и турецком языках, который собирается рассказывать международной аудитории о природе, истории, науке и городах России.

В последние годы значительно возросло присутствие России в зарубежных СМИ. На сегодняшний день **«Российская газета»** ежемесячно издает приложения к зарубежным влиятельным изданиям Washington Post (США), The Daily Telegraph (Великобритания), Le Figaro (Франция), а также ведущим изданиям Бразилии, Аргентины, Индии, Болгарии, Испании и Италии общим тиражом около 3,5 миллионов[17]. Кроме того, в некоторых из них у российского издания есть собственный раздел на сайте.

С целью развития публичной дипломатии в России были созданы неправительственные организации — **фонд**

«Русский мир» в целях *«популяризации русского языка, являющегося национальным достоянием России и важным элементом российской и мировой культуры, а также для поддержки программ изучения русского языка за рубежом»*[18]. И **фонд публичной дипломатии имени А.М.Горчакова** с целью *«оказывать содействие участию российских неправительственных организаций в международном сотрудничестве и активно вовлекать гражданское общество во внешнеполитический процесс»*[19].

Фонд «Русский мир» был учрежден в 2007 году, который был объявлен Годом русского языка. Главными задачами данного учреждения являются поддержание русскоязычных СМИ за рубежом, финансирование организаций, которые занимаются популяризацией русского языка и русской культуры, а также помощь организациям соотечественников. Кроме этого, фонд открывает за рубежом свои представительства, издает собственный журнал, поддерживает свою версию интернет-телеканала и интернет-радио. На базе вебсайта фонда работает еще одно собственное СМИ — информационная служба фонда.

В 2010 году также в соответствии с распоряжением Президента в России был создан **Российский совет по международным делам**, главной задачей которого было содействие международному экспертному сотрудничеству. Данное учреждение представляет собой российскую так называемую «фабрику мысли» по вопросам международной проблематики, потребность в которой в среде практикующих российских специалистов-международников уже сформировалась давно.

Регулярными для России мероприятиями международного масштаба стали и различные молодежные образовательные форумы такие, как: **«Селигер»**, **«Балтийский Артек»**, **«Волга»**, **«СелиСях»**. Таким образом, мы стараемся поддерживать взаимоотношения с

молодыми людьми из разных стран, обмениваться с ними новыми идеями и концепциями — развивать двусторонний диалог между странами.

Для того чтобы поддерживать экономический и инвестиционный климат в России, думать о будущем страны — был создан проект наукограда в **Сколково**, который позиционируется у нас как символ модернизации. Проект представляет собой пять приоритетных направлений: энергетика, телекоммуникации, информационные, биомедицинские и ядерные технологии[20]. Однако *«из-за непрозрачности работы управляющих структур, переменчивости общей концепции развития пока не удастся сформировать образ, который был бы привлекательным как внутри страны, так и за рубежом»*[21]. Это для нас является отдельной стоящей проблемой, которая влияет на силу международного влияния науки.

На улучшение имиджа России, конечно же, действуют и различные международные организации и форумы, которые принимает наша страна — это **АТЭС, G8, G20, ШОС, БРИКС**, куда съезжаются политики мирового класса, чтобы обсудить глобальные проблемы современности.

Самым крупным мероприятием России за последнее время, в том числе и с точки зрения формирования положительного имиджа страны, бесспорно, стала **Олимпиада в Сочи**. На протяжении двух недель весь мир активно следил за событиями XXII Зимних Олимпийских игр: от яркого открытия и до успешного закрытия. Россия выступила не только отличным организатором, но и стала победителем в Олимпийском медальном зачете, завоевав 33 медали, из которых 13 золотых, 11 серебряных и 9 бронзовых. Успехам наших спортсменов радовалась вся страна. Зарубежные СМИ написали достаточно много положительных публикаций про нашу Олимпиаду, рассказав своим читателям про великую русскую культуру и литературу, красивые традиции, которые были

продемонстрированы на официальных мероприятиях Олимпийских игр. Так, американская газета «**US News and World Report**» публикует: *«Олимпиада в Сочи была огромным успехом. Мы никогда раньше не видели такой зрелищности и драматизма на снежных трассах и на льду. Хозяева — то есть российская сборная — завоевали больше всего медалей. Поздравляем их — это заслуженные награды»*[22].

Влиятельная французская газета «**Le Figaro**» напишет: *«Церемония открытия стала настоящим гимном России в том виде, в каком ее задумал Владимир Путин. Она стала образцом в своем собственном роде: зрелищное и великолепно поставленное шоу, в котором перед зрителями предстали все мифы и клише из истории этой великой страны. Иностранцев впечатлило количество артистов и красота хореографии, а россияне были горды созданным образом»*[23].

Впереди Россию ждет **Чемпионат мира по футболу**, который пройдет в 2018 году — что также станет грандиозным мероприятием, куда приедет огромное количество спортсменов, журналистов — все это будет способствовать позитивному формированию имиджа России на международной арене. Вдобавок ко всему, Чемпионат мира по футболу будет проходить в 13 российских городах[24], что еще больше откроет нашу страну мировому сообществу.

Огромную роль в формировании восприятия российского руководства в мире играют «**Валдайские встречи**». В 2013 году проходил X юбилейный съезд дискуссионного клуба «Валдай», на который съехались представители всей мировой общественности: журналисты, политики, экономисты и философы. Они пытались разобраться в ключевых проблемах, определить прогнозы и перспективы развития России на ближайшее будущее. Эксперты сошлись во мнении, что наша страна переживает

переходный период и нуждается в новой системе ценностей. Но в то же время отмечали и стойкость позиции России в решении сирийского вопроса, а также блестящую победу российской дипломатии. Площадка «Валдай» является отличным элементом демонстрации «мягкой силы»: собрать в одном месте представителей мировой интеллектуальной элиты и посвятить дни дискуссиям о судьбе России — все это дает возможность донести до наших многоуважаемых коллег все тонкости ведения внутренней и внешней политики нашей страны.

Николай Злобин, американский и российский политолог, историк и публицист, отмечает, что *«сама эволюция Валдайского клуба, который когда-то создавался как место, где Россия просто пыталась объяснить себя миру, но постепенно превратился в беспрецедентную глобальную исследовательскую, аналитическую и дискуссионную структуру, является свидетельством такого запроса. Клуб стал одной из самых эффективных интеллектуальных площадок мира, где выступило более 600 политиков и экспертов из 47 стран»*[25].

Таким образом, несправедливо было бы сказать, что Россия не занимается формированием своего имиджа на международной арене. Напротив, занимается и очень активно. На сегодняшний день у нашей страны существуют те самые механизмы влияния в мировой политике. Они есть, но важно понимать, что над этим всем необходимо работать: постоянно, выстраивать долгосрочные доверительные отношения с нашими партнерами, соседями, ведь именно в них и заключается наша сила. Особенно важно понимать необходимость расширения производства большого количества новостей, теорий и концепций, что дает право вольно или невольно задавать информационный ритм, влиять на глобальные умонастроения в мире. Именно в этом и состоит обязательная часть «мягкой силы» — находиться постоянно в новостном и информационном тренде. А в

контексте современного развития глобального информационного пространства данный вопрос становится ещё более актуальным.

Россия же только начинает всем этим активно заниматься — это и отмечают многие эксперты. Один из российских политологов **С.Караганов** подчеркнул: *«Мягкая сила» России пока невелика при значительном культурном и ценностном потенциале, который используется явно недостаточно. Этот провал и с точки зрения силы, и с точки зрения определения современной национальной идентичности тем более обиден, что в мире идей и образов Россия и для себя, и особенно для внешнего мира наследница, во-первых, величайшей литературы, а, во-вторых, истории блистательных военных побед, борьбы за свою независимость и суверенитет»*[26].

Если говорить о недостатках, то, в первую очередь, необходимо сказать о том, что отсутствует единая стратегия и порой даже наблюдается несогласованность многих действий между отдельными инструментами «мягкой силы». Тогда как должны они работать сообща, поскольку формируют единый имидж страны. Также отсутствует единый функциональный орган, который отвечал бы за контроль, исследовал проблемное поле, выявлял стратегическую концепцию, распределял силы, ресурсы, а также подводил итоги и определял оценки эффективности проделанной работы. Формально на сегодняшний день за координацию распространения за рубежом информации о внешней и внутренней политике России занимается МИД, но это направление для него не является приоритетным и, возможно, именно поэтому в данном аспекте наблюдается некоторое отставание. Ведь если говорить об опыте других ведущих стран мира, то в этой сфере деятельности задействованы целые структуры, работают команды профессионалов и руководство вкладывает значительные средства в реализацию поставленных целей и задач. Сегодня

имидж страны стоит слишком дорого, и над ним приходится очень много работать.

Совершенно правильно подметил профессор **Саймон Анхольт**, что *«России не надо искать способы заставить людей во всем мире испытывать в отношении нее трепет, восхищение или ревность, ей нужно найти способ сделать так, чтобы люди радовались тому, что Россия существует»*[27]. Эта задача на сегодняшний день стоит перед каждым государством — и все над этим усиленно пытаются работать. Нужно лишь правильно расставить приоритеты и создать все необходимые условия для своих граждан — людей, которые формируют это государство и являются носителями культуры данной страны.

Литература

[1] Совещание послов и постоянных представителей России, 09.07.12 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/transcripts/15902>

[2] Студнева, Е. МИД и Общественная палата России обсудили ресурсы «мягкой силы» / Е. Студнева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://interaffairs.ru/read.php?item=8129>

[3] О Россотрудничестве. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rs.gov.ru/node/39>

[4] Россия вкладывает серьезные средства в развитие Россотрудничества — Константин Косачев, 6 сентября 2012 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.itar-tass.com/c96/513328.html>

[5] Указ Президента РФ от 9 декабря 2013 года «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации». — [Электронный ресурс] <http://www.kremlin.ru/news/19805>

[6] Указ Президента РФ от 9 декабря 2013 года «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации». — [Электронный ресурс] <http://www.kremlin.ru/news/19805>

[7] РИА «Новости» остается самым цитируемым агентством в российских СМИ. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rian.ru/society/20080802/150087049.html>

[8] Дмитрий Киселев: миссия агентства «Россия сегодня» — восстановление справедливого отношения к России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2364423>

[9] <http://www.vedomosti.ru/politics/news/19843371/putin-likvidiroval-ria-novosti?full#cut>

[10] <http://www.vedomosti.ru/politics/news/19843371/putin-likvidiroval-ria-novosti?full#cut>

[11] <http://www.vedomosti.ru/politics/news/19843371/putin-likvidiroval-ria-novosti?full#cut>

[12] О нас: Голос России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rus.ruvr.ru/about/>

[13] Зрители RT в США и Великобритании изменили мнение о России к лучшему. РИА-Новости. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rian.ru/media/20101210/307035498.html>

[14] ТелеВести.ру, ежедневное интернет-издание о телевидении и медиа, 11.12.2011. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.televesti.ru/analitikatv/9006-za-5-let-veshhaniya-u-zritelej-rt-ssha-i.html>

[15] Hillary Clinton Says Al Jazeera Is Putting American Media To Shame. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.businessinsider.com/hillary-clinton-al-jazeera-2011-3/>

[16] Bridge Media займется иновещанием. Компания запускает международную версию своего телеканала 05.12.2013. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://kommersant.ru/doc/2360220>

[17] Россия без стереотипов. Российская газета расширяет информационное присутствие в крупнейших мировых СМИ. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2010/05/28/rbth.html>

[18] Указ Президента Российской Федерации о создании фонда «Русский мир». 21 июня 2007 года №796. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.russkiymir.ru/russkiymir/ru/fund/index.nested/decreetext.html>

[19] Распоряжение Президента РФ от 02.02.2010 N 60-рп. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://graph.document.kremlin.ru/doc.asp?ID=57100>

[20] Шувалов, И. Школа «Сколково» — это реальная модернизация, Совет при Президенте по модернизации экономики и инновационному развитию России / И. Шувалов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.i-russia.ru/all/media/1530/>

[21] http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=495#top

Главные победители Игр в Сочи. Россия и Владимир Путин показали себя серьезными игроками на мировой арене. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://inosmi.ru/russia/20140226/217924167.html?utm_source=vk1

[22] Хлеба и Игр — уроки Сочи. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://inosmi.ru/sport/20140213/217500187.html?utm_source=vk1

[23] Россия примет Чемпионат мира по футболу 2018 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://top.rbc.ru/society/02/12/2010/509141.shtml>

[24] Злобин, Н.В. Новости — наша профессия / Н.В. Злобин [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/07/03/zlobin.html>

[25] Караганов, С. В чем сила, брат? / С. Караганов // Российская газета, 28.11.2012. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/11/28/karaganov.html>

[26] Международный имидж России. Почему он важен? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://ria.ru/valdaiclub_anniversary_comment/20130915/963257442.html#ixzz2gapWDsTc

Application of the «soft power» policy in the foreign policy activities of Russian Federation

Kuznetsova A.

The article is dedicated to the concept of «soft power»: its features are extensively analyzed from both — short and long perspectives, the «soft power» policy mechanisms are demonstrated within the foreign policy activities of Russian Federation. The present

publication also includes the study of the development of Russian public image on the international stage.

«Ой, все!», или к чему мы привыкли в интернете

Лисак А.А

Странная штука этот «сленг». Ещё сравнительно недавно появление социальных сетей означало установление наиболее упрощённого метода общения и обмена информацией между людьми в Интернете. Но, несмотря на это, процесс компьютеризации сыграл свою главную и, скорее всего, самую существенную роль.

Бурный рост компьютерных технологий со второй половины XX века, и, в частности, массовое внедрение в середине 1980-х годов персональных компьютеров и компьютерных устройств внесли в русский язык громадное количество специальных слов и выражений, богатую разветвлённую терминологию. Позже, благодаря началу издания в 1988 году журнала «PC World», ставшего очень популярным, произошёл «обвал»: англоязычные термины и аббревиатуры, зачастую в английском же написании, заполнили страницы журналов и засорили речь специалистов. К примеру — сетевая карта, микропроцессор, операционная система, форматирование, инсталляция, винчестер, пиксели, диалоговое окно, дисплей и другие. Многие из этих терминов — англицизмы, но есть и слова из других европейских языков.

Один из распространённых способов, присущий всем жаргонизмам, стоящим рядом с определённой терминологией, — это трансформация какого-нибудь термина, как правило, большого по объёму или труднопроизносимого.

Интернет-сленг зарождается в конце 90-х — начале 2000-х. «Жизнь» в форумах и в социальных сетях

практически вынудила человечество использовать видоизменённые термины, сокращения и т.п.

В наше время интернет-сленг чрезвычайно распространён и постоянно меняется (в отличие от разговорного языка). В интернете вы буквально повсюду встречаете его. Однако многих людей эти сокращения могут привести в замешательство.

Использование сокращений помогает заменить длинные слова или выражения и имеет несколько истоков. Раньше, когда мобильные телефоны только начали предлагать функцию текстовых сообщений (SMS), сообщения были ограничены в длину. Люди стали сокращать слова и использовать аббревиатуры просто для экономии денег. В Интернете же использование популярных аббревиатур экономит время на набор текста.

Конечно, такими выражениями, как, к примеру, «сяп» или «спс», вместо классического и красивого «Спасибо», пользовались в неофициальном формате диалога, но со временем их употребление стало нормой, присущей практически всем, и даже в реальной жизни сегодня мы можем наблюдать, как значительное количество сленговых выражений «внедряется» в нашу речь, порой, меняя и самих людей.

Спорить о плюсах и минусах такого явления, как «сленг», можно долго, но позвольте внести лишь толику ясности, раскрывая тему «интернет-сленга», не пересказывая полную историю его развития и не объясняя происхождение основного количества «сленговых» слов. Я взял на себя ответственность проанализировать и сопоставить интернет — сленг в двух странах: Франции и Китае.

Французские интернет-пользователи для более быстрого набора текста зачастую прибегают к сокращениям слов и использованию аббревиатур. Французский язык в последнее время имеет тенденцию упрощаться (что не является ярко выраженной особенностью на сегодняшний

день). Так, при произношении слов, французы часто «глотают» некоторые гласные, при этом смысл произнесённого остаётся ясным и понятным (для носителей языка). Это явление и служит основой для французского интернет-сленга.

Общение с другими людьми через социальные сети всё чаще проходит в наименее официальном тоне, поэтому французы, как, впрочем, и другие европейцы, прибегают к приёму замены некоторых слов или слогов схожими по произношению цифрами, как, например, в английском языке иногда оригинальное «forever» (навсегда) заменяют сленговым «4ever», так как цифра 4 («four») созвучна первому слогу в слове «forever» (for-). Ниже представлены наиболее распространённые примеры сленговых выражений во Франции.

@2m1	à demain	До завтра
b1sur	Bien sûr	Конечно
Bjr	Bonjour	Здравствуйте
c1blag	C'est une blague	Это шутка
d'ac	D'accord	Согласен
Ght	J'ai acheté	Я купил
gspr b1	J'espère bien	Я надеюсь
je le sav	Je le savais	Я так и знал
Jtm	Je t'aime	Я тебя люблю
koi29	Quoi de neuf?	Что нового?
I's tomb	Laisse tomber	Забудь
Lut	Salut	Привет
Mdr	Mort de rire	Умираю со смеху
mr6	Merci	Спасибо
Msg	Message	Сообщение
Now	Maintenant	Сейчас
Nsp	Ne sais pas	Не знаю
ok1	Aucun	Ничего

Оqr	Оссурé	Занят
-----	--------	-------

В китайском языке, как и в остальных языках мира, есть свой сленг и упрощения. Но только в китайском языке набор цифр может означать целое выражение. К моменту появления компьютеров и мобильных телефонов в Китае уже много лет существовала своеобразная система ввода и произношения китайских иероглифов — «пхиньин», латинская транскрипция китайских слов. Правда, не все буквы и словосочетания произносятся так же, как в языках романо-германской группы. Неправильное прочтение «пхиньин» нередко раздражает китаистов. Например, слово «цигун» пишется как qìgōng, но в некоторых странах Европы читается как «чигонг».

К тому времени, как большинство жителей Китая обзавелись компьютерами и мобильными телефонами, была разработана великолепная система ввода иероглифов, позже ставшая ещё и интеллектуальной.

Интеллект заключается в выборе самых распространённых значений звучания слова или даже целого предложения. Ведь на одно звучание приходится до нескольких десятков иероглифов. Например, слово «я» пишется как «wo», но так же в «пхиньин» записывается ещё 17 иероглифов, разница в звучании которых определяется тоном.

Компьютер показывает самый распространённый иероглиф, но и предлагает список из остальных. Если пользователю нужен другой иероглиф, он выбирает его и продолжает печатать.

Это сложно только на первый взгляд. Интеллекта компьютера хватает на то, чтобы поменять один иероглиф на другой в ходе написания всего предложения или выражения. То есть если он изначально предложил неверный иероглиф, не нужно спешить менять его — продолжая печатать следующие слова, компьютер сам ориентируется и изменит его на нужный в соответствии с правилами языка.

Такая же система используется и в мобильных телефонах. В более продвинутых моделях можно стикером писать иероглифы прямо на экране, они будут распознаны и переведены в печатный текст.

Несмотря на сложность языка, китайцы, как и все остальные, склонны к упрощениям. Таким же, как, например, «щас» вместо «сейчас» в русском языке, или «2you» вместо «to you» в английском. Это происходит и за счёт использования других иероглифов, и за счёт «цифроязыка», а также благодаря латинским буквам.

Например, FQ (от fēnqīng) означает «сердитую молодёжь», RT (от rú tí) — то, что в нашем сленге означает «сабж» (слово, заданное теме сообщения, и его не нужно дублировать в самом сообщении). Буквами ZF (от zhèngfǔ) обозначается правительство, чтобы обойти интернет-фильтры цензуры. Есть слова, возникшие из английского языка. Например, OL означает «офисные хомячки» и т.д.

Но самое большое распространение получил «цифровой язык». Дело в том, что в китайском языке цифры звучат так же, как и некоторые слова. Такое «совпадение» свойственно и многим другим языками, в том числе и французскому. К примеру, цифра 8.

Восьмёрка в китайском языке произносится как «ба» (ba). Когда китайцы пишут «88», это означает «пока» (бай-бай, от английского bye bye). Особо чувствительные к языку китайцы пишут «886», где шестёрка — ничего не означающее, но употребляемое для красоты и ритма окончание bai bai le.

Игра слов и цифр используется не только простыми пользователями, но и компаниями. Например, чтобы проще запоминать телефон. Так, телефон заказа еды в «Макдоналдсе» записывается 4008-517-517, но последние цифры произносятся как «wu yao qi», что очень похоже на «wo yao chi» — «я хочу есть». Также такая игра слов

используется в вывесках. Например, бар с названием «519» на слух звучит как «я хочу выпить».

Даже знающему китайский язык иностранцу не всегда понятны подобные игры слов, так как в них присутствует элемент упрощения и небольшой подмены звучания, как в примере с «Макдоналдсом». Но китайцы уже вовсю освоили «цифросленг» и рассылают друг другу СМС, состоящие только из цифр, что со стороны больше напоминает шифровки.

Часто употребляемые цифровые выражения («цифровой» сленг, соответствующее выражение в транскрипции «пхиньин» и перевод на русский язык):

521, wo ai ni — я люблю тебя;
44, xiexie — спасибо;
53406, wo xiang si ni — я очень по тебе скучаю;
066, ni lai le — ты тут?
1414, yisi yisi — интересно;
58, wan an — спокойной ночи;
06537, ni re wo sheng qi — ты меня разозлил;
53782, wo xinqing bu hao — у меня плохое настроение;
08056, ni bu li wo — ты меня игнорируешь;
08376, bie sheng qi le — не сердись;
587, wo bao qian — я извиняюсь;
596, wo zou le — я ушёл;
4456, su su hui lai — скоро вернусь;
777, ji ji ji — быстрее, тороплюсь;
527496, wo yao qu shui jiao le — я хочу спать;
918, jia you ba — вперёд! давай!
70345, qing ni xiangxin wo — пожалуйста, поверь мне;
5366, wo xiang liao liao — я хочу поговорить.

Таким образом, интернет-сленг в разных странах во многом сопоставим, но нельзя забывать и про особенности его в отдельных кругах и сообществах. Стоит отметить, что развитие «сленга» играет существенную роль в

формировании способа мышления у молодёжи. Порой, частое несоблюдение норм речи, этики при ведении диалога и использование «сленговых» выражений только засоряет нашу речь, делая её менее доступной для понимания некоторым «непосвящённым», ну или просто тем, кто ещё не полностью «врубился в тему». В любом случае, тенденции, связанные с упрощением слов и словосочетаний, имеют место быть, а всем недовольным рано или поздно придётся смириться.

Пропаганда в СМИ: определение и основные приемы

Мысова Т.Ф.

Проблема освещения средствами массовой информации (далее — СМИ) вопросов, связанных с государственными интересами, внешней и внутренней политикой, всегда была и остается актуальной. Извечное противостояние между Западом и Востоком: период «холодной войны» между США и СССР, современные противоречия между развитыми и развивающимися странами и др. — все эти примеры показывают, что «захват умов», «навязывание идей», «идеологическое воспитание», т.е. пропагандистские действия происходят посредством СМИ. СМИ начинают выступать в качестве инструмента борьбы между различными государствами, структурами и организациями: международными организациями и институтами, правящими и оппозиционными кругами, финансовыми структурами и корпорациями.

Для того, чтобы понять истинную роль и место информационно-психологических войн в эффективном существовании системы внешнеполитической пропаганды, сперва необходимо обратиться к истокам понятия пропаганда. Пропаганда, решающая проблемы, связанные с подготовкой необходимой почвы для ведения информационных и реальных военных действий, навязывает социуму чуждые для него мнения, создает ложное

представление о международных партнерах и событиях, дискредитирует органы власти, общественных и политических деятелей. Пропаганда становится своеобразным фундаментом, на котором СМИ вступают в виртуальное информационное соперничество с врагом — ближайшим государством, партнером, политической структурой.

Советская энциклопедия [1] дает следующее определение: «пропаганда — это распространение политических, научных, философских, художественных и других мнений, идей и взглядов с целью внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности».

К основным составляющим процесса пропаганды относятся 3 компонента [4, с. 218]:

- какая-либо социальная группа, которая нацелена распространить свои идеи, т.е. субъект пропаганды;
- содержательная часть пропаганды, которая сводится к методам, приемам и средствам распространения идей;
- объект воздействия, т.е. группа лиц, на которых направлена содержательная часть пропаганды.

Для того, чтобы более полно понять явление пропаганды в том или ином обществе, необходимо проанализировать соотношение социальных интересов между субъектами и объектом пропаганды. Именно это соотношение и влияет на содержательную часть пропаганды, ее методы и приемы.

Обычно пропаганда ассоциируется с закрытыми обществами, методы и приемы которой приобретают специфические формы. Ненависть к врагу может доходить до абсурда, что нередко приводит к гибели пропагандируемой системы. Это можно видеть на примере германской пропаганды, советской и американской пропаганды и т.д.

Современное понимание пропаганды связано с именем племянника психолога З. Фрейда — Эдвардом Бернейсом [2, с. 15], который изобрел систему формирования и управления общественным мнением. Рассуждая в своем главном труде «Пропаганда», Э. Бернейс говорит о том, что изначальное изобретение грамотности стало прародителем того, что рано или поздно возникнет такая система, которая начнет воздействовать на массы. Ведь сам факт всеобщей грамотности дает человеку не свободу и оригинальность мышления, а набор штампов, слоганов, опубликованных научных данных, избитых исторических сведений. В целом, все человечество имеет похожие, пересекающиеся наборы этих штампов, и, если на эти массы начать воздействовать однотипными стимулами, свойственными человеческому мышлению, то реакция и оклик будут идентичными у миллионов. Пропаганда приобретает роль механизма по широкомасштабному распространению взглядов. По мнению Бернейса, пропаганду можно назвать «хорошей» или «плохой» исключительно по тому, какие идеи она прославляет и распространяет в массы. «Истина должны быть превыше всего, — пишет Э. Бернейс. — И если какое-либо сообщество считает, что открыло важную истину, то распространение ее является не привилегией, а обязанностью... Пропаганда становится злом и заслуживает порицания лишь в случае, если ее авторы сознательно и намеренно распространяют ложь или же когда их целью является предосудительное, с точки зрения блага общества, действие».

СМИ посредством основных приемов пропаганды эффективно держат аудиторию под контролем. Сегодня помимо традиционных СМИ значительную роль в пропаганде занимает Интернет, который отличается способами предоставления и распространения контента, большой скоростью в обратной связи с аудиторией.

Американский институт пропаганды, который занимается ее анализом, выделяет семь основных приемов, которые используются СМИ в формировании общественного мнения [3, с. 220]:

- перенос (прием основан на том, что берется устоявшееся отношение к явлению, событию, факту и переносится на интерпретируемое событие в форме символа, что вызывает необходимые эмоции у публики);
- свидетельство (прием основан на том, что используется авторитетное мнение личности или структуры и переносится на интерпретируемое событие);
- фултон с оркестром (прием основан на том, что субъект пропаганды призывает объекта посредством «стадного» чувства делать то, что делают все);
- лидеры мнений (данный прием схож с приемом свидетельства, однако отличия заключается в том, что это мнение воздействует только на определенную аудиторию, которая всегда дает свое согласие на высказывание лидера-звезды, лидера-спортсмена, лидера-писателя, лидера-актера и т.д.);
- сверкающие неопределенности (прием основан на том, что субъект использует слова только с положительной смысловой нагрузкой, делает отсылку на какой-либо положительный опыт на практике, а потом символически переносит это на интерпретируемое явление, тем самым вызывая нужные реакции у аудитории);
- приклеивание ярлыков (прием основан на том, что какому-либо понятию, явлению навязывают негативный смысл, который со временем приобретает форму стереотипа);
- подтасовка карт (прием основан на том, что интерпретация и оценка одних событий переносится на других событий, посредством выявления общих характеристик и черт в двух разных явлениях).

Таким образом, подводя итоги к определению понятия «пропаганда», можно выделить следующие существенные положения. На протяжении многих столетий пропаганда является актуальным явлением любого государства. В общем смысле внешнеполитическая пропаганда — это явление подразумевает под собой совокупность различных мер и усилий по формированию какого-либо образа, общественного мнения государства, по ведению внутренней и внешней политики, а также решению каких-либо актуальных проблем. Пропаганда может быть позитивной и негативной в зависимости от преследуемых целей. Пропаганда внутри государства нацелена на укрепление государственного строя, социальной сплоченности, решению актуальных проблем. Внешняя пропаганда представляет образ государства в рамках международного сообщества. Но для того, чтобы более полно понять и оценить роль пропаганды, необходимо обратиться к истории и проследить действие пропаганды в историческом и современном контексте.

Литература

- [1] Большая Советская Энциклопедия. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bse.sci-lib.com/article093385.html/>
- [2] Бернейс, Э. Пропаганда / Э. Бернейс. — М.: 2010. С. 14
- [3] Барабаш, В. В. Образы России в мире / В. В. Барабаш, Г. А. Бордюгов, Е. А. Котеленец. — М.: 2011. С. 219
- [4] Вепринцев, В. Б. Операции информационно-психологической войны / В. Б. Вепринцев. — М.: 2005. С. 7.

Media advocacy: definition and basic techniques

Mysova T.F.

Арабские дизайнеры и их роль в мировой индустрии моды

Рашкович Е.

Еще не так давно популярная у богатых и влиятельных европейек и американок мода "от кутюр" сегодня стала достоянием главным образом восточных красавиц. Женам арабских шейхов намного чаще нужны новые роскошные платья для сказочных свадебных торжеств, закрытых дамских чаепитий и т.д. Более того, даже в повседневной жизни под чадрой многие из них носят последние дизайнерские творения. Неудивительно, что и среди дизайнеров, создающих модели "от кутюр", сегодня все больше выходцев из арабских стран. Нам хотелось бы представить вашему вниманию истории самых известных восточных модельеров, которые заставляют восторженно вздыхать не только восточных красавиц, но и искушенный Париж, да и весь модный мир.

1) BASIL SODA

Басил Сода — это имя известно миру Высокой Моды уже более 28 лет. В свое время ливанский дизайнер встал во главе дома всемирно известного Эли Сааба, а сейчас он возглавляет свой собственный Модный Дом. Сода приверженец ливанских традиций высококачественного пошива одежды класса "люкс". Он постоянно доказывает, что ливанской команде дизайнеров есть что противопоставить своим европейским коллегам. Марка Basil Soda успешно продвигается на модном рынке Европы и США благодаря роскошным тканям, драгоценной отделке и необыкновенному крою. Его модели помогают женщине ярко самовыражаться и не скрывают ее естественный шарм.

2) ROBERT ABI NADER

Роберт Аби Надер — еще один талантливый ливанский дизайнер, который достиг известности в мире Высокой Моды и славится своими изумительно женственными коллекциями. Он начал свой путь в 1988 и был первым и

самым молодым ливанцем в Синдикате высокой моды в Париже. Его талант очень быстро заметил Ив Сен Лоран, который немедленно выбрал его для интернатуры в своем Доме мод. Позже он улучшил свои навыки в других престижных Дома, таких как Клод Монтана и Кристиан Диор. Надер был первым ливанским дизайнером, который представил свою коллекцию на неделе Высокой моды в Париже, одной из четырех официальных столиц мировой моды. Он первым целенаправленно открыл дверь для своих коллег — ливанских дизайнеров, чтобы те следовали по его стопам. От одного показа мод до другого его коллекции собирали поразительное международное признание, заработав для него похвалы международных критиков моды и обширное освещение в СМИ.

3) ELIE SAAB

В 1982 Эли Сааб запустил свой модный бренд, основанный в Бейруте. Его главная мастерская находится в Ливане. Также у Эли есть мастерские в Милане и Париже. Сааб является признанным дизайнером королевской семьи. Он — любимый дизайнер Бейонсе Ноулз, его наряды есть в гардеробе Кристины Агилеры, Кэтрин Зета-Джонс, Элизабет Херли, Холли Бэрри. Он — олицетворение восточного шика в самом сердце европейской моды. В 2000 году дизайнер открывает свой первый салон в Париже. А уже в мае 2003 года *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, самая престижная и авторитетная организация fashion-индустрии в Европе, сделала Дом Elie Saab своим полноправным членом. Спустя месяц дизайнер представил в столице моды одну из самых ярких своих коллекций. Богатейший калейдоскоп расцветок, расшитый вручную шифон, золотые монеты в качестве декора: в этой коллекции соединились Запад и Восток. Критики приняли коллекцию намного прохладнее, чем публика. Говорили об излишнем «украшательстве», о коммерческой направленности творчества Сааба, о простоте фасонов и вульгарности отделки. И веяло от этих разговоров

снобизмом и завистью к успеху ливанского «высочки». Модели «прет-а-порте» Сааба рассчитаны на повседневный гардероб, но вовсе не отличаются простотой. Эли Сааб вряд ли создал бы простые и неброские модели. Он ливанец, и этим многое сказано. Он расширяет свои представительства по всему миру, его коллекции отшиваются в Италии, а сам модельер с женой Клодин и тремя сыновьями живет в Бейруте. Его марку называют самой востребованной среди всех домов высокой моды. Именно он сшил самое дорогое платье в мире: кремовый сатин, 2000 каратов изумрудов, 400 каратов бриллиантов. Цена этого шедевра — \$2 миллиона. Эли Сааб является одним из популярнейших кутюрье у принцесс Ближнего Востока. Говорят, что одна из невест заказала то самое изумрудное платье. Эли Сааб не эпатирует роскошью, он всецело ей отдается, он воспекает блеск драгоценностей, шелест дорогих тканей, прельщает ручной работой. Какая женщина не поддастся этому чарующему зову?

4) GEORGES CHAKRA

Джорж Чакра — ливанский дизайнер. Получил образование в Академии моды в Оттаве в Канаде и уже в 22 года открыл свой собственный Дом Моды в Бейруте. Талантливый модельер Чакра известен своим стремлением создавать шикарные наряды для женщин, которые хочется надевать снова и снова! Его стиль рожден в многочисленных путешествиях и сочетает в себе очарование Востока и итальянский шик. Сейчас в распоряжении Чакры около 60 собственных ателье. Поэтому для него не проблема одеть сразу несколько сотен женщин для пышной ближневосточной свадьбы. Эти женщины — его главные клиентки. Он не продает свои вещи в бутиках. Вместо этого он предпочитает прямой контакт с каждым клиентом. Эта древняя традиция тяжело реализуется в Западном мире, но темп жизни на Востоке медленнее, к тому же практически никто из заказчиц Чакры не работает, потому что в этом не

нуждаются. Сам Чакра характеризует своих клиенток как "сексуальных, чувственных, непостоянных и капризных женщин".

5) RABIA Z

Мы не могли обойти стороной одну из самых популярных в странах Залива дизайнера-женщину Рабию Заргарпур, более известную в мире моды как Рабия Z. Она окончила Университет Феникса и Nassau Community College в Нью-Йорке. Рабия изучала моду в Технологическом институте моды в Нью-Йорке и Esmod. Во время проживания в США Рабия ставит перед собой цель проектировать скромную одежду для женщин, но в то же время современную, чтобы не вызывать негатив других. Будучи студенткой американского колледжа, она испытывала большие трудности с покупкой одежды, которая бы соответствовала религиозным мусульманским нормам. Однако Рабия нашла выход: «Я просто попробовала сочетать несовместимые, на первый взгляд, вещи. Например, красиво повязывала палантин поверх джинсов, или надевала водолазки под туники с коротким рукавом, чтобы полностью закрывать руки». Результат эксперимента, который провела Рабия, превзошел все ожидания. Необычный стиль, разработанный девушкой, стал весьма популярен в колледже, в котором она училась. Причём поклонницами её творчества стали не только студентки-мусульманки, но и другие девушки. В 2007 году она начинает сервис через интернет-сайт. Рабия отмечает, что женщинам совершенно необязательно облачаться в черные робы и надевать паранджу, чтобы соблюсти этикет, принятый на Ближнем Востоке. Уже свою первую коллекцию Рабия Z превращает в бренд, который отличает элегантность, стремление к совершенству с безупречной отделкой и изяществом формы. Бренд был разработан в соответствии с мировыми тенденциями, но с использованием богатой палитры традиций и афганской, и арабской. Рабия возвращается к

своим корням в ОАЭ, здесь она продолжила путь в мире моды, выиграв "New Designer Award" на неделе моды в Дубаи. В 2008 году она получает награду от Британского Совета "Международная Молодежная мода. Предприниматель года 2008». Ее концепция начала шагать по планете, неся скромность и красоту мусульманским девушкам и женщинам. Мастер-классы с сэром Полом Смитом и подготовка управленческих кадров в Topshop и Selfridges дал дальнейшее развития бренда Рабии. Ее новые силуэты были в моде, добавляя цвета, приоткрывая завесы, дающие больше возможностей женщине. Ее коллекции показываются на Неделе моды Абу-Даби, Дубай Fashion Week, Неделя моды Creations, Дубай мода Fiesta и Fashion Expo Аравии. Рабия была первым арабским дизайнером, показывающим свои коллекции на Майами Week 2010. Для показа коллекции в Центре Мохаммеда Али были приглашены афроамериканские мусульманские женщины. Некоторые вещи из коллекций приобретены Музеем арабского и исламского искусства и культуры в Шардже.

Литература

- [1] <http://arab-new.ru/news/30/137/>
- [2] <http://bestdress.com.ua/117-arabskie-koroli-vysokoj-mody.html>
- [3] <http://www.robert-abinader.com/about/>
- [4] <http://www.rabiaz.com/about.html>

Arab designers and their role in the global industry

Raskovich.E

Not so long ago the fashion "Haute couture", which is popular between rich and influential Europeans and Americans, became the common property of the Middle Eastern beauties. Wives of the Arab sheikhs need new magnificent dresses for fantastic wedding celebrations, the closed ladies' tea drinking etc., more often than the others. Moreover, even in everyday life under a hijab many of them carry the latest designer

creations. Unsurprisingly, that among the designers creating "Haute couture" nowadays there is a growing number of Arab descents. I would like to draw your attention on the history of the most famous Arab fashion designers who force enthusiastic sigh not only the Middle Eastern beauties, but also wordly-wise Paris and whole world of fashion.

Мода как естественный феномен культуры и социокультурной коммуникации

Стрюкова Д. А., Ковалева Ю.

В социологической науке имеется немало работ, посвященных моде и раскрывающих различные аспекты этого сложного и многогранного явления, масштабы которого таковы, что, как отмечает А.Б. Гофман: "Трудно назвать такую область социально-экономической и культурной жизни, где бы ни сказывалось его влияние".

Актуальность темы работы обусловлена:

а) важной ролью моды как одного из важных элементов человеческой культуры, служащего источником социальных инноваций и основой установления социальных связей между людьми;

б) недостаточной разработанностью данной темы в научной литературе.

Мода является одним из самых широко известных феноменов социальной жизни, неизменно пользующихся живым интересом не только со стороны ученых, но и со стороны людей, сталкивающихся с ним в обыденной жизни.

В научной и научно-популярной литературе, мода неоднократно выступала в качестве объекта исследования, входя в сферу интересов специалистов целого ряда отраслей знания — философов, историков, культурологов, психологов, художников, технологов производства одежды и др.

Моду можно рассматривать и как некий инвариант, некую совокупность норм социального поведения,

господствующих в определенных пространственно-временных рамках.

Сама мода — глоток свежего воздуха, от которой ждут новизны, креатива. Закрепление модных стандартов приведет к тому, что они, оставшись стандартами, перестанут быть модными, превратившись в аналог униформы.

С другой стороны, в результате наблюдений над современной индустрией моды с вложенными в нее огромными капиталами, с разветвленной сетью организаций, выполняющих различные функции, включая не только производство в промышленных масштабах модной одежды, но и культивирование высокой моды, издание модных журналов, создание и поддержку брендов, исследования рынка и т.д., — все чаще вызывают вопрос: а не становится ли сама мода социальным институтом? Что если наблюдаемая смена "мод" — не более чем кажимость?

Мода — это форма проявления культуры, это отражение действительности, проявляющееся в манере поведения, а главным образом, в одежде.

Мода задает определенные правила поведения и манеры одеваться. И она меняется очень часто. При этом существуют правила, которые никогда не выходят из моды, например, классический стиль в одежде. В широком смысле слова, мода — это господство определенного вкуса с некой сфере жизни.

Влияние моды

Как влияет на нашу жизнь мода?

Трудно однозначно ответить на этот вопрос, но понятно точно, что дизайн и мода стремятся охватить все аспекты окружающей человека среды. Для того, чтобы понять явление в настоящем, необходимо проследить его историю.

Чувство прекрасного свойственно человечеству испокон веков. Едва осознал себя личностью, он начал

украшать свое тело и одежду, орудия труда и окружающее его пространство (пещеру, хижину, дом и очаг). Сегодня трудно сказать, чем руководствовался древний человек при оценке "красиво-некрасиво". Понятие красоты у него, наверное, вначале было неразрывно от понятия "полезно". И хотя впоследствии человек окружил себя поистине красивыми, но зачастую бесполезными вещами, суть сочетания "красиво-полезно" потаённо осталась и по-прежнему отражает некую гармонию вещей и явлений с учетом достижений человеческого разума.

Но почему мы так хотим окружить себя именно красивыми дорогими вещами, создать неповторимый интерьер своего дома, носить дизайнерскую одежду? Наверное, нам важно чувствовать себя комфортно во всем, что нас окружает, в тоже время быть не похожими друг на друга, иметь свой собственный стиль. Мы уверены, что от правильно выбранного дизайна, например квартиры, жизнь станет более стильной, современной и счастливой. Выходит, что мы сами хотим оказаться под влиянием современного дизайна окружающего нас мира. мода возникает как определенный тип поведения и стиля жизни человека, хотя следование ей начинается с восприятия и подражания вещам, предметам, манерам, речи, так называемым модным "знакам".

На все общество мода распространяется только там и тогда, где и когда существует возможность подражания одних социальных групп (или классов) другим путем заимствования определенных культурных образцов.

Впервые указал на особенные черты общества, в котором появляется и действует массовая мода, немецкий социолог Г.Зиммель в конце XIX в. Он выделил следующие признаки:

. В обществе должны существовать различия между социальными слоями по престижу (поэтому в первобытном обществе не было моды).

. Представители низших слоев стремятся занять более высокое положение в обществе и имеют для этого возможности (т.е. не существует жестких социальных перегородок). Этим признакам соответствует капиталистическое общество. Мода действует в социальных системах, для которых характерны следующие черты:

- 1) динамичность;
- 2) социальная дифференциация и мобильность;
- 3) открытость (развитые каналы коммуникации);
- 4) избыточность (развита система тиражирования материальных и культурных благ, существует множество конкурирующих модных образцов).

Мода представляет собой процесс, постепенно развивающийся внутри старых социальных форм.

Современная мода остается детищем городских мегаполисов.

Модные стандарты и образцы постепенно "просачиваются" сверху вниз, достигая низших слоев общества, распространяясь в обществе в целом — так возникает массовая мода. Социальная элита принимает новые образцы в качестве модных с целью обозначить вновь и сохранить свой статус и отличие от остальной массы. Массы вновь стараются овладеть модными стандартами и образцами высших слоев, стремясь к более высокому социальному статусу. И так бесконечно.

Мода связана с массовым выбором и массовым поведением. В современном обществе ведущую роль играет средний класс, который и является законодателем моды вследствие своего промежуточного относительно неустойчивого положения в обществе: с одной стороны, стремясь повысить свой социальный статус, он подражает элите, с другой стороны, подчеркивает свое отличие от низших социальных слоев.

Мода является социальным регулятором, демонстрируя, с одной стороны, социальное неравенство в обществе, обозначая различия между социальными группами, с другой стороны, мода сглаживает различия между социальными группами, являясь фактором демократизации современного общества.

Мода — не только средство демонстрации социального статуса, но и средство общения между людьми, форма массовой коммуникации. Мода может функционировать как межгрупповая коммуникация и как внутригрупповая коммуникация. Мода связана с основными социально-психологическими механизмами общения: внушением, заражением, убеждением, подражанием.

На ряду с подражанием существует и противодействие отдельных лиц или социальных групп друг другу с помощью моды.

Следование моде выявляет отношение человека к обществу, к окружающему миру, к самому себе. С одной стороны, личность хочет сохранить свою индивидуальность, с другой стороны, стремится идентифицировать себя с другими членами общества.

Скрытое желание подчиниться моде борется со стремлением быть независимым от нее, не подражать другим, а отличаться от них. Мода исключает подлинный выбор, предлагая человеку готовые варианты, стандартные образцы поведения, которым можно бездумно следовать, и вместе с тем поддерживает иллюзию развития индивидуальности. В этом как раз проявляется защитная, компенсаторная функция моды.

Мода является формой массового поведения.

Моду исследовали и как психологический феномен, изучая причины ее возникновения и изменения с точки зрения индивидуальной психологии. Мода удовлетворяет важные потребности человека в качестве механизма,

разрешающего конфликт между социальным конформизмом и индивидуальной свободой.

Общим для всех социологических концепций моды является признание моды как важного социального феномена, оказывающего влияние на социум. Вместе с тем, при объяснении социальных характеристик моды в различных теориях акценты существенно отличаются. Это связано, прежде всего, с тем, что в основе концепций моды лежат различные методологические установки, задающие соответствующие направления исследования.

Мода — это прежде всего, новые образцы поведения, применяемые престижными слоями для того, чтобы выделиться из общества, и перенимаемые другими членами общества с тем, чтобы выглядеть как представители преуспевающих, престижных слоев.

Пока существует социальное неравенство, не может быть единой моды.

Современная мода обладает широкими социально-значимыми возможностями. Ее главная социальная функция — служить способом выявления новых культурных образцов.

Другими словами, мода — это отражение индивидуальных качеств отдельной личности в социальном и моральном аспекте.

Fashion as a natural phenomenon of cultural and socio-cultural communication

Stryukova D., Kovaleva U.

Манипуляция сознанием в современных политических программах

Суббота А.А.

Когда появилось телевидение, люди сразу осознали, что оно может стать хорошей платформой для управления общественным сознанием. В настоящее время уже доказано, что среди всех СМИ именно телевидение является самым мощным средством манипуляции. Происходит это благодаря тому, что оно воздействует сразу на два важнейших канала восприятия — слух и зрение. Основное количество телепрограмм содержит в себе элементы манипуляции общественным сознанием. Но больше всего манипуляционных приемов можно встретить в политических программах, поскольку манипуляция в политике играет очень важную роль.

Именитые ученые (особенно С. Г. Кара-Мурза) выделяют множество способов управления общественным сознанием с экранов телевизора. Телевидение использует все свои выразительно-изобразительные средства, которые помогают управлять общественным сознанием. Главное выразительное средство телевидения — изображение — невозможно представить без таких понятий, как кадр, план и ракурс. От малейшего изменения в каждой из этих составляющих зависит то, как будет воспринят материал. Также нельзя забывать о важной роли монтажа, который является основным средством организации материалов на экране. Современная техника делает возможности монтажа почти безграничными, поэтому с помощью него можно подавать реальность совсем в ином свете. Именно от комбинации всех этих выразительных средств и зависит восприятие изображения на экране, а также уровень воздействия изображения на подсознание аудитории. [1, 118]

К манипуляционным приемам прибегают как политические, так и развлекательные передачи. Однако в политических программах можно найти гораздо больше

примеров манипуляции, поскольку политика всегда порождает конкуренцию, которая в свою очередь способствует определенному освещению различных вопросов в СМИ. Современные политические передачи не стесняются прибегать к всевозможным манипуляционным приемам, чтобы сформировать определенное мнение у людей. На примерах некоторых программ («Воскресный вечер», «Список Норкина», «Право голоса») можно увидеть самые распространенные приемы манипуляции массовым сознанием.

Один из таких приемов — дробление информации, который часто используется как в новостных, так и в политических программах. Полноценная информация разделяется на фрагменты, чтобы осмысление проблемы для индивида представляло большую сложность. Когда целостный характер информации преднамеренно обходится стороной, то лишь крошечная часть зрителей захочет узнать ее в полном объеме, а остальные будут довольствоваться тем, что им сказали. [2, 40] Разрывая на кусочки информацию о важном событии, телевизионщики способны резко снижать ее значимость или вообще лишать ее первостепенного смысла. К использованию данного приема прибегает ведущий в программе «Право голоса» (выпуск от 11.06.2015). Роман Бабаян умело переходит от собеседника к собеседнику, тем самым прерывает их в определенных местах. Их длинные сообщения обрываются, и из-за этого информация, содержащаяся в них, дробится на небольшие кусочки. Так слова оппонентов намного проще воспринимаются телезрителями, поскольку современное поколение привыкло воспринимать небольшие объемы информации. В связи с этим зритель легко осознает все реплики героев, даже не вдумываясь в них, поскольку он просто не успевает задуматься о том, какой смысл изначально хотел вложить рассказчик в свое сообщение.

Световое и цветовое решение на телеэкране тоже способно влиять на наше подсознание. С помощью комбинации цветовой гаммы зрителя можно настраивать на определенное восприятие информации. К примеру, если в заставке программы использовать пастельные, не очень яркие или же просто нейтральные цвета (песочный, светло-голубой, зеленый, лиловый и т.д.), то зритель на подсознательном уровне расслабится и станет более восприимчив к поступающей информации. Использование комбинаций цветов, которые дополняют друг друга (например, холодный синий и теплый красный), так же позволяет человеку расслабиться. Если же в передачах используются только яркие и броские цвета, без каких-либо сочетаний (только красный, желтый, ярко-розовый, кислотно-зеленый), то такие цвета сразу отталкивают зрителя и не позволяют ему сосредоточиться на дальнейшем восприятии информации. Следует обратить внимание, что заставки программ «Воскресный вечер» и «Право голоса» имеют одинаковую цветовую гамму — красный и синий цвета. За счет контрастности они создают приятное для человеческого глаза сочетание и вызывают состояние удовлетворения. Так цветовое решение уже заранее настраивает человека на восприятие информации. Политическая программа «Право голоса» использует в своем оформлении еще более «удачный» цвет — зеленый. Как известно, он обладает успокаивающими свойствами. Студия же оборудована в светлых тонах, которые тоже не вызывают отторжения. [3, 7] Таким образом, и здесь зрителя настраивают на умиротворенный лад, что позволяет легче воздействовать на его сознание.

Речевые приемы воздействия на аудиторию, пожалуй, являются самыми распространенными. Немаловажным фактором выступает интонация ведущего, который зачитывает информацию. Важным элементом воздействия выступает речевая динамика повествования. Если сообщение

произносится сильным и уверенным голосом, то аудитория лучше его воспримет. Здесь важно разнообразие интонаций и пауз, которые могут сыграть на руку манипулятору. Если речевая динамика подкрепляется соответствующей мимикой и жестами, то это вызывает еще большее доверие у аудитории, а также они способствуют созданию благоприятной атмосферы, как утверждают психологи [4, 46]. В программе «Список Норкина» (выпуск от 07. 06. 2015) один из гостей прибегает к этому приему. Это позволяет ему выглядеть более убедительным на фоне своих оппонентов. Политолог Сергей Курягин произносит свою речь, как будто бы с трибуны провозглашает лозунги. Она динамична и эмоционально, изобилует инфинитивами (решить, уничтожить, изгнать и другие), которые произносятся с повелительным тоном. Такая интонация всегда хорошо воздействует на массы людей, она возбуждает сознание и заставляет верить в его слова и призывы. Интересный пример речевого воздействия можно наблюдать в программе «Список Норкина» (выпуск от 06.06.2015). Татьяна Пархлина, кандидат исторических наук, привлекает внимание аудитории своей интонацией. Она говорит слегка тише, чем другие оппоненты. За счет этого зрители должны прислушиваться к ней, а соответственно и уделять больше внимания ее словам. Когда все оппоненты говорят громко, интересным приемом является преднамеренное уменьшение громкости голоса для привлечения внимания. Интересно, что в ее словах почти не встречается частица «не», что делает ее слова еще более убедительными. Соответственно, с помощью этих нехитрых приемов ей удастся привлечь больше внимания аудитории, и это тоже является своеобразным способом манипуляции, пусть и не самым сильным, но довольно эффективным.

Излюбленный прием создателей политических программ — прием «непривлекательного ракурса». В его реализации задействованы и операторы, и монтажеры. Для

формирования у телезрителей отталкивающего чувства к определенным личностям телевидение прибегает именно к этому приему. В кадре используются непривлекательные ракурсы, они соответствующим образом подбираются и монтируются в определенной последовательности. [1, 77] К примеру, отслеживаются или целенаправленно снимаются кадры, где неуютная личность вытирает с лица пот, ухмыляется во время ответа своих оппонентов или же ведет себя не совсем уравновешенно в студии. После подобные кадры неоднократно повторяются в ходе выпуска программы, и в подсознание телезрителей на подсознательном уровне появляется неприязнь к этому человеку. Такие приемы особенно часто используются в противостоянии двух политических сил. В программе «Воскресный вечер» (выпуск от 04.06.2015) можно увидеть прием непривлекательного кадра, который используется в отношении Владимира Жириновского. Неоднократно показывают, как он кусает губы, постоянно крутится, не может стоять на месте. Здесь, несмотря на речевую динамику и мимику, он оказывается в проигрышном свете и на подсознательном уровне телезрителей. Аналогичный способ вызывания негативного отношения к оппоненту можно наблюдать в передаче «Список Норкина» (выпуск от 08.02.2015). Гостем программы была Ксения Собчак, против которой и были направлены технические возможности телевидения. В данной программе на Ксению постоянно направлена камера, когда она ухмыляется или улыбается, в то время как политологи с противоположным ей мнением высказывают свои мысли. Эти кадры мы можем наблюдать в течение всей передачи. Они способствуют тому, что зритель на подсознательном уровне начинает негативно относиться к ней за неуважение к своим оппонентам.

Прием апелляции к чувствам или эмоционального заряжения встречается довольно часто на современном телевидении. Здесь манипуляция направляется на чувства

человека. После заряджения информации необходимыми эмоциями, становится возможным преодоление барьера разума и проявление в человеке чувств и переживаний. Здесь опять большая ответственность лежит на монтажере и подборке кадров. В выпуске программы «Воскресный вечер» от 28.05.2015 гости передачи прибегают к этому приему. Вячеслав Ковтун, директор центра исследований общественных процессов, и Владимир Дейнего, представитель ЛНР, оба апеллируют к чувствам зрителей и гостей программы: каждый из них говорит о матерях, чьи дети погибли во время конфликта на Украине. При этом они стараются показать, с какой стороны было больше убитых, чтобы вызвать тем самым отрицательное отношение у аудитории к своему оппоненту.

Не стоит забывать про такие приемы, как имитация объективности или необъективности. В первом случае суть заключается в том, что острые и неудобные вопросы не задаются оппонентам на телеэкране. Поэтому информация воспринимается как стопроцентно достоверная и неоспоримая. [5, 29] Если же используется имитация необъективности, то, напротив, человеку специально задаются провокационные вопросы, подвергаются сомнению его доводы. Ведущий программы «Список Норкина» (выпуск от 08.02.2015) выставлял мнения общественного деятеля Владимира Рыжкова и Ксении Собчак однобокими и необъективными. Он постоянно задавал им некорректные вопросы, провоцировал, а также на неточные объяснения оппонентов сам выдавал односложные ответы («Понятно», «Ясно», «Я так и думал» и т. д.). Такое построение дискуссии также направлено на то, чтобы сформировать негативный образ приглашенных в студию лиц. Применение этих способов воздействия в итоге действительно приводит к тому, что у зрителей формируется исключительно негативное представление об определенных героях

программы (в частности, о Ксении Собчак), о чем свидетельствуют многочисленные комментарии.

На примере этих программ и приемов мы видим, что телевидение способно оказывать сильнейшее воздействие на сознание зрителя. Посредством технических, лингвистических и иных приемов в совокупности телевидение способно формировать то мнение, которое выгодно для создателей программ. Противостоять этому воздействию довольно сложно, потому что для простого зрителя оно почти незаметно, т.к. всегда носит скрытый характер воздействия. Приемы, которые описаны в данной статье, нельзя назвать сильными способами манипуляции, однако в совокупности все они способны исказить восприятие информации с телеэкранов, и, таким образом, воздействовать на наше сознание.

Литература

[1] Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика: учебник. 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Изд-во Мск., 2005.

[2] Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.

[3] Нелюбова М. В. Психология цвета. Авторский курс лекций. [Электронный ресурс] — www.lib.vkarp.com/2014/01/31/нелюбова-м-в-психология-цвета/

[4] Московичи С. Век толп. / Пер. с фр. -М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998.

[5] Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2005. №1, 2.

Manipulation with consciousness in modern political programs

Subbota A.A.

When television appeared, people soon realized that it could be a good platform for the management of the public consciousness. It is now proven that it is among the mass media, television is the most powerful means of manipulation. This is due to the fact that it acts directly on the

two most important channel of perception — hearing and vision. The basic amount of television contains elements of manipulation of public opinion. But most of all manipulative techniques can be found in the political programs, because the manipulation of politics plays a very important role.

Структура жанра тележурналистика (телепередачи)

Фаддеева Д.

Тележурналистика — один из самых востребованных видов массовой информации. В этой статье поднимается тема структурных особенностей тележурналистики и жанра телепередач.

Прежде всего нужно дать определение такому каналу СМИ как «телевещание» чтобы наиболее конкретно рассказать о самой «структуре жанра телепередач». Телевизионный канал — электронное средство массовой информации, представляющее собой совокупность телевизионных программ и иных аудиовизуальных сообщений и материалов, сформированных в соответствии с сеткой вещания для последующего распространения [1]. На сегодняшний день, жанр телепередач наиболее популярный способ донесения информации и является важнейшим компонентом в информационном пространстве. СМИ-существуют очень давно, и собственно «общество собралось для этого» [2].

Создание журналистики в целом, связано с оперативностью, то есть технологиями. Информация-это способ изменения и воздействия на сознание, основным способом является суть передачи информации, и она очень различна. В это статье мы расскажем о структуре одного из важнейших каналов СМИ: телевидение, жанр телепередача.

Телевидение основано на принципе последовательной передачи элементов [3] изображения с

помощью радиосигнала или по проводам. Разложение изображения на элементы происходит при помощи диска Нипкова, электронно-лучевой трубки или полупроводниковой матрицы. Количество элементов изображения выбирается в соответствии с полосой пропускания радиоканала и физиологическими критериями. Для сужения полосы передаваемых частот и уменьшения заметности мерцания экрана телевизора применяют чересстрочную развёртку. Также она позволяет увеличить плавность передачи движения. Переход к аудиовизуальным формам презентации информации явился логическим продолжением культурного и технического прогресса общества. Появление телевидения выявило ключевые тенденции современной культуры, актуализировав для исследователей множество до тех пор скрытых проблем. Оно явилось ярким примером того, какое большое социально-культурное значение имеют технологические возможности канала коммуникации. Телевидение органически соединяло достоинства технических средств коммуникации и традиционных форм социального взаимодействия: условность театра, реализм репортажа, эмоциональную напряженность массового действия, камерность общения — создав новую ситуацию в духовной жизни современного человека. Использование эмоционально-образных выразительных средств определило "культурную нишу" ТВ и его социально-культурную функцию как способ отражения и регулирования повседневной практической жизни. Главным эстетическим принципом ТВ становится образно-символическое воспроизведение реальности, развивающейся в том же актуальном времени, что и действительная жизнь. Это действительно самый популярный канал, за исключением интернет СМИ, в нашем с Вами веке. Стилистика телепередач различна, и каждая передача направлена на сугубо "свой" круг потребителей. Система в рамках социума

может считаться сформированной относительно адекватно, если:

1. Широко и полно используются специфические возможности разных жанров (тип телевидения включает в себя практически все аспекты СМИ).

2. Использование публики: некий “тет-а-тет” со зрителем. Используя тактику “по секрету...” передача выходит на ведущие места в рейтингах, завоёвывает интерес публики.

3. На рынке программ ситуация складывается так, что отдельный потребитель (каждый человек как личность и/или в рамках семьи, других общностей), выбрав источник информации, доступный ему по ряду параметров (включая характер изложения материала и цену) получит максимум “необходимой и достаточной” информации, по всему важному для него кругу вопросов, что ведет к достижению информированности. Это ключевые моменты, помогающие заполнить информационный поток жанра.

Эффект заполнения пространства данного жанра.

В этой части статьи мы расскажем о сути «заполнения» пространства телепередач. Итак, «заполненность» должна быть такой, чтобы каждый человек в любой точке мира из предлагаемых источников мог сформировать свою информационную среду, чтобы быть максимально полно и релевантно информированным, постоянно подкреплять, расширять и углублять свою информированность. Собственно, для этого и существуют телепередачи. Телепередачи имеют свои категории:



Рис. 1. Виды передач (РФ)

Следовательно, материал должен быть доступен (во всех смыслах) и ориентирован на всю аудиторию данной территории. При наличии многих источников информации главная роль принадлежит телевизионным СМИ, ведь это особо популярный вид массовой информации в 21 веке. Но успех может быть только в том случае, если выполнение функций (в данной статье «эффект заполнения пространства») во всех слоях общества, различных по своим социально-демографическим характеристикам. Поэтому возникновения различных программ-конкурентов не избежать. Система тележурналистики складывалась исторически, посредством развития технических возможностей массовой коммуникации. С ходом истории она менялась и обретала новые характерные для нее черты. Исходя из различных анализов, мы можем заметить, что сейчас тележурналистика обрела высокий статус и достигла больших высот в развитии.

Литература

- [1] Концепция развития телерадиовещания в РФ на 2008-2015 годы.
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_85988/
- [2] Буданцев Ю.П. “Системность в развитии изучении массовых информационных процессов”.
- [3] Лапин С.Г. “Телевидение”-статья из Большой советской энциклопедии (3-е издание).

The structure of the genre of TV journalism (broadcast).

Faddeyeva D.

«Лолита» — порок или любовь?

Шарикова А.Е., Непесова Л.А.

Роман В.Набокова «Лолита» — одно из самых скандальных и противоречивых произведений. В своей исследовательской работе мы хотели рассмотреть эту книгу с разных точек зрения и предложить читателю самостоятельно решить: является ли история героев грехом или настоящей любовью.

Когда мы решали, какую проблему мы поднимем в нашей исследовательской работе, какую тему возьмём, мы практически сразу решили, что это будет роман В.Набокова «Лолита». Мы посчитали важным, во-первых, тот факт, что тема исследования должна быть интересна нам, а во-вторых, и самому читателю или зрителю. Мы решили, что и форма изложения материала должна быть оригинальной, а не обыкновенным повествованием или пересказом сюжета. Мы начали искать информацию об интерпретировании «Лолиты». Как выяснилось, роман Набокова дважды экранизировался. Тогда за основу нашей работы мы взяли идею о сопоставлении и сравнении двух фильмов и самого произведения.

Первый фильм был снят в 1962 году режиссёром Стенли Кубриком. Картина получила достаточно большой бюджет, была номинирована на «Золотой глобус», премию Венецианского кинофестиваля, «Оскар» и победила в одной номинации «Золотого глобуса» («Самая многообещающая начинающая актриса»).

Выбор подобной истории для режиссёра ничуть не удивителен. Сюжет романа скандальный и интересный, он провоцирует читателя и зрителя на дискуссии, споры и тому подобное, ни один человек, как нам кажется, не остался равнодушным после прочтения «Лолиты». Кубрик добивался в своих работах эффекта внезапности и шока, подобный сюжет очень подходил ему, соответствовал его стилю и даже характеру бунтаря. Сам Стенли Кубрик говорил: *«Вы можете стать такими же великими кинорежиссёрами, как и я, если только будете изо всех сил противиться любой попытке вмешиваться в вашу работу и останетесь самими собой»*. Он был готов к критике и осуждениям, пожалуй, Кубрик даже не обращал на них внимания, ведь режиссёр был *«великим мастером, мистиком и созерцателем неведомых человеческих бездн, он был наделен стремлением к независимости и умением быть ни на кого не похожим, взыскательностью, упорством и педантизмом, заставляющими его годами отделять каждый свой опус»* (1).

Работа над картиной шла долго и упорно. В соответствии с кодексом Хейса, Кубрик не мог внести множество сцен и своих идей в картину, даже возраст главной героини был изменён с 12 лет на 15; режиссёру приходилось ломать сюжетные линии, практически лишая фильм логики.

В написании сценария и выборе актёров принимал участие сам автор, Набоков, ревностно относившийся к своему творению и не желавший оставаться в стороне от создания фильма. Владимир Владимирович постоянно

отвергал идеи, несоответствующие его роману, и актёров, которых предлагали агенты на главные роли.

Наконец, в 1962 году фильм был снят, одобрен критиками и отдан в прокат.

Что касается второй экранизации романа Набокова «Лолита», она была снята в 1997 году режиссёром Эдрианом Лайном.

Фильм Лайна не был признан критиками и даже не номинировался ни на одну награду в сфере киноиндустрии[2].

Несмотря на то, что картина в 1997 году всё-таки была представлена зрителю, она практически не имела успеха и собрала критически маленькую аудиторию в несколько тысяч.

Узнав подробности об экранизациях романа «Лолита», мы задались вопросом: почему же первая экранизация Кубрика пользовалась популярностью, в отличие от фильма Лайна?

Мы пришли к выводу, что в 1962 году подобный сюжет был нонсенсом и шоком для публики, но в положительном смысле. Зрителю было интересно увидеть такую историю на экране. Лёгкая, невесомая интрига, интересные режиссёрские решения, красивые актрисы-всё это привлекало и удивляло зрителя. Из-за того, что сюжет романа — скандальная и резонансная история любви, после его просмотра у зрителей появилось множество мнений и точек зрения, следовательно, колоссальное количество критики и обсуждений увеличивало интерес и популярность фильма.

В 1997 году публика стала более избирательной и капризной. «Лолита» была однажды отснята и, таким образом, сюжет не был новинкой. Плюс, после эпохи хиппи, рок-н-ролла и тому подобного в моду снова входил принцип здорового образа жизни и неприемлемости пороков. Следовательно, сюжет романа «Лолита» автоматически попадал в «черный список» для любого критика.

Однако прочитав мнения обычных зрителей и пообщавшись со студентами нашего университета во время «Дня науки» (2), мы пришли к мысли о том, что кинематографическое общество не приняло фильм Лайна, но публике конца 90-х и даже современному зрителю импонирует именно его картина.

Мы решили разгадать эту загадку и вынесли несколько ответов на вопрос: почему же публике, в отличии от критиков, больше нравится фильм Лайна, а не Кубрика?

Критики — подневольные люди, они должны допускать к прокату то, что хотят видеть власти, что соответствует политике государства и тому подобное. Картина Эдриана Лайна не подходила под эти критерии, ведь в нём было больше эротики и откровений, более очевиден был сюжет и положительное отношение автора и режиссёра к любви двух героев, чем в прошедшей цензуре картине Кубрика.

Но зрители опираются только на свои чувства и эмоции. «Лолита» 1997 года импонирует публике потому, что она снята честно, безо лжи и прикрас. Картина Лайна рассказывает подлинную историю со всеми её противоречиями и конфликтами. Ко всему прочему, многие зрители часто сетуют на то, что фильм абсолютно не соответствует книге, что произошло с картиной Кубрика, в которой окончательно не был использован сценарий В.Набокова. Фильм Лайна содержит целые, полные цитаты и мысли из книги, благодаря которым сюжет и мораль нисколько не искажается. Нам кажется, что ответ на тот вопрос, который мы поставили в нашей работе, содержится во мнении консультанта фильма и сына В.Набокова, Дмитрия Набокова: *«У Кубрика мало общего с романом и ничего общего с папиным скриптом. Лайн понял папин роман, он взял в скобки педофилию героя»*. Режиссёр более современного фильма «Лолита» прочувствовал роман так же, как и читатель, и не выразил только лишь грех в отношениях

мужчины и девочки, а позволил зрителю самому сделать вывод: порок ли это или любовь?[2]

Мы не решились взять на себя ответственность предложить лишь одну точку зрения публике на произведение «Лолита», мы постарались так же, как Набоков и Лайн, предоставить выбор в этом вопросе. И теперь хотим, чтобы Вы тоже задумались: приемлем ли подобный сюжет, порочен он или рассказывает историю настоящей любви, на которую не все способны?

Литература

[1] Смирнова А. Н. Владимир Набоков и кино. Зарубежные экранизации прозы В. Набокова. Ярославль, 2007, с. 95-112.

[2] «Искусствокино». Архив. «Скандалнасладное. Сан-Себастьян-97. Лолита, режиссёр ЭдрианЛайн».

«Lolita»: vice or love?

SharikovaA.E., NepesovaL.A.

V. Nabokov's novel "Lolita" is one of the most scandalous and inconsistent works. We wanted to consider this book from the different points of view and we wanted to suggest the reader solve independently: the history of heroes is a sin or true love.

Особенности новостных выпусков российского «Первого канала» и американской телерадиосети CBS

Шаталина Е.И.

Новостные выпуски каждого телеканала, по моему мнению, являются его «лицом» или «визитной карточкой». На телевидении разных стран новости преподносятся по-своему с учетом многих факторов: местоположения, государственного устройства, аудитории и т.д. В данной работе освещены особенности новостных выпусков

российского «Первого канала» и американской телерадиосети CBS.

В современности люди имеют огромный выбор при просмотре новостных выпусков определенного канала. В каждой стране лидирующие каналы по-своему освещают и преподносят новости для зрителей. Моя работа помогает разобраться, что предпочитают смотреть российская и американская аудитории. Также мое исследование рассматривает не только особенности лидирующих российского и американского каналов и их новостных выпусков, но и связь между ними. Конечно, эта работа не полностью исследует эту тему, но она может стать основой для ее дальнейшей разработки.

Основная цель работы — рассмотрение двух лидирующих в своих странах российского «Первого канала» и американской телерадиосети CBS, а также изучение специфики их новостных выпусков. Объектом моего исследования является телевидение в России и США и их выпуски новостей. Предметом исследования — специфика функционирования российского «Первого канала» и американской телерадиосети CBS и особенности вещания их новостных выпусков.

«Первый канал» является лидирующим телеканалом на российском рынке, его новостные выпуски смотрит вся страна. Для россиян уже является традицией включать после работы, ровно в 21.00 «Первый канал» и смотреть на диктора Екатерину Андрееву.

Американская телерадиосеть CBS имеет огромную популярность в США. Многие американцы смотрят новостные выпуски этого канала и доверяют их объективности.

Новостные выпуски, как на «Первом канале», так и на CBS имеют большое различие, связанное с различной аудиторией и ее потребностями, разным местоположением и политической ситуацией в России и США.

Для того, чтобы точнее определить разницу подачи новостей и выяснить особенности новостных выпусков на этих двух телеканалах, я решила провести исследование.

Я просмотрела все новостные выпуски «Первого канала» и CBS в течение недели и сделала такие выводы своих наблюдений.

В новостях на CBS (например, на «CBS Evening News») часто освещаются истории обычных семей среднего класса, корреспондент посещает их дома и разговаривает в свободной форме об их проблемах, дальнейших планах и интересных жизненных перипетиях. Корреспондентами в основном являются мужчины зрелого возраста, всегда официально одетые (в костюмах и очках) и прекрасно держащие себя перед камерой. Также микрофон корреспондента не присутствует в кадре, т.е. не видно, что он его использует. Во время речи корреспондента используется запись внизу — имя и фамилия (крупными буквами), ниже название передачи и должность (например, «CBS news». Senior Business Correspondent). В конце своей речи корреспондент всегда обозначает название передачи и город (например, «CBS news», Нью-Йорк).

Интересным является общение ведущего новостей с экспертами. Они не обязательно присутствуют в студии. Ведущий может связаться с ними по видеосвязи.

Построение новостных выпусков идет по принципу перехода от сложных и серьезных новостей к более простым и менее значимым. Очень часто в новостях показывается и обсуждается первое лицо США — Барак Обама.

В американских новостных выпусках есть такой элемент, отличающий их от российских новостных выпусков, — это вставки фотографий во время рассказа какой-либо новости. Таким образом, в США считается нормальным, если во время озвучки закадровым голосом новостного сюжета примерно в течение минуты будут идти

постоянно сменяющиеся, статичные кадры — фотографии с места событий.

В «CBS This Morning» начало передачи построено креативным способом: показывается большой стенд со статистикой и новостным анонсом (кратким обзором новостей, которые будут освещаться в данном выпуске). Все это сопровождается мужским и женским закадровыми голосами ведущих.

Затем показывается студия с самими ведущими и приглашенным гостем. У каждого из них стоит перед собой чашка кофе с надписью: «CBS». Фоном является стекло, через которое видны настоящие оживленные улицы Нью-Йорка.

В передаче «48 Hours Mystery» всегда показываются криминальные истории, которые произошли за последние 48 часов и потрясли все США[2].

В новостных выпусках «Первого канала» всегда все более консервативно: редко меняются ведущие, сам фон для передачи, формат подачи новостей. Например, программа «Время» у многих ассоциируется именно с бессменной ведущей Екатериной Андреевой. В этой передаче всегда сначала рассказывается о политике, экономике, общественных событиях в России и мире, а затем уже о культуре, спорте и прогнозе погоды. Во «Времени» часто показывается политическая деятельность президента Владимира Путина. Корреспонденты в передаче чаще всего на вид от 20 до 30 лет, одеты в более свободную одежду и держат в руках микрофон в отличие от американских корреспондентов.

В аналитической программе «Первого канала» «Воскресное время» вообще нет рубрик, там собраны самые важные новости, которые произошли за неделю и уже освещались во «Времени», с анализом. Передача состоит из двух частей, разделенных рекламой. Хотя хронометраж

программы всего 1 час, из-за политических событий на Украине в 2014 г. «Воскресное время» идет уже 2 часа.

Также интересен тот факт, что новости легкого содержания, которые не имеют отношения к политике, выходят на «Первом канале» в отдельной программе «Другие новости» в отличие от «СBS», где новостные сюжеты любой значимости помещаются в один новостной выпуск.

Как на «Первом канале», так и на CBS упор идет на новости, которые значимы для своего государства. Но хочется отметить, что помимо либеральности в новостных выпусках CBS также преобладает объективность и непредвзятость в отличие от «Первого канала». За счет этого новости CBS намного выигрышнее новостей «Первого канала», который освещает только то, что выгодно власти. Если на «Первом канале» всегда показывается, какая замечательная жизнь в России, а также хорошая власть, за счет которой якобы в стране мало проблем, то на CBS часто показываются насущные проблемы США и часто в свободной форме обсуждаются результаты деятельности правительства, которые не всегда бывают положительными. К тому же, часто в новостных выпусках CBS ненавязчиво высказывается множество точек зрения влиятельными людьми страны на ту или иную ситуацию[3].

Не зря служба новостей «Первого канала» часто обвиняется в предвзятой проправительственной точке зрения. По словам критиков неоправданно большую часть эфирного времени в новостях «Первый канал» уделяет информации о деятельности государственной власти. Было много конфликтных ситуаций, которые связаны с фальсификацией новостных выпусков «Первого канала».

В ходе работы я выполнила все поставленные передо мной задачи, которые помогли мне достигнуть цели, а именно: я рассмотрела особенности «Первого канала» и CBS, изучила отличительные черты новостных выпусков

«Первого канала» и CBS и сравнила новостной контент российского «Первого канала» и американской телерадиосети CBS.

Мое исследование показало, что российские новостные выпуски на «Первом канале» и американские новостные выпуски на CBS ставят перед собой разные цели и в соответствии с этим выполняют разные задачи. Новости на главном канале нашей страны на первый план ставят интересы государственной власти и освещение ее положительной деятельности, а также имеют для себя такую цель, как формирование общественного мнения зрителей. Новости на лидирующем американском канале CBS более демократичны и прогрессивны в изменениях. В этих программах на первом плане ставятся интересы зрителей, а главной целью является объективное и беспристрастное освещение новостей.

Литература

[1] CBS [Электронный ресурс]. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/CBS> (дата обращения: 15.03.2014 г.)

[2] Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в США и Канаде// США-Канада: Экономика. Политика. Культура. — 2004, № 9. — С. 15-18.

[3] Засурский И.И. «Масс-медиа второй республики» // Научная монография. — М., 1990. — С. 88-108.

Peculiarities newscasts of Russian "First Channel" and American "CBS"

Shatalina E.I.

НАПРАВЛЕНИЯ «ЛИНГВИСТИКА» И «ФИЛОЛОГИЯ»

Вэньянизмы в современном китайском языке (по материалам современной китайской прессы)

Айрапетян О.А.

В данной статье рассматриваются особенности вэньяня как классического языка древности до V века, последующая его эволюция, структурные особенности и взаимодействие с байхуа в XIX-XX вв., а также особенности употребления вэньянизмов в современных публицистических текстах.

«Вэньянь (文言, букв. «культурная речь» или «речь письменная») — это нормативный традиционный китайский литературный язык, начавший складываться на рубеже нашей эры на основе классических текстов V– III вв. до н.э.: канонических, философских и исторических» [1]. На вэньяне можно писать, с него можно переводить и его можно читать. Но возникают споры насчет того, что вэньянь являлся реальным разговорным языком. «Принципиальное различие вэньяня от древнекитайского языка заключается в том, что в тексте, написанном на вэньяне, могут встретиться рядом грамматические формы, свойственные древнекитайскому языку на разных этапах его истории и поэтому асинхронные» [2]. Вэньянь одного периода существенно отличается от вэньяня другого периода. Вэньянь нельзя рассматривать как разговорный язык, поскольку он имеет все характерные признаки системы записи (языка для записи, грубо говоря, «стенограммы»). «Элементы вэньяня и сейчас широко распространены в письменной и официальной речи в континентальном Китае, а тайваньско-гонконгский гоюй в письменной форме до сих пор сочетает в разных пропорциях черты вэньяня и байхуа» [3]. В настоящее время любой

письменный текст, записанный иероглифами, содержит элементы вэньяня, а некоторые из них бывают полностью написаны на классическом языке. Что касается иероглифического состава, то он тот же, что и в классических текстах, и подчиняется грамматике вэньяня.

Классический вэньянь основывался на восточно-китайских диалектах. Вэньянь не имеет чёткой хронологической отнесённости и как бы находится вне времени. В его грамматической системе одновременно употребляются и тождественно функционируют служебные слова, принадлежащие и к различным периодам развития древнекитайского языка, и к различным его диалектам. Грамматика классического вэньяня имеет следующие характерные черты: подавляющая односложность (кроме фонетических заимствований): лексическая единица=слог=морфема; предельно широкий диапазон «лексического» и «грамматического» значения, локализуемого только в контексте; гибкая частеречная принадлежность слов-иероглифов; опора на контекст, позволяющая избежать лишних прономинализаций (употребления местоимений); топиковый характер предложения; отсутствие знаков препинания (в целях упрощения понимания они были добавлены в более поздних изданиях); отсутствие аффиксации (за исключением нерегулярного употребления как «суффиксов» морфем множественности типа 等, 輩, 曹; обилие специальных аналитических грамматических маркеров суйцзы, чаще всего многозначных» [3]. Синтаксис классического вэньяня также имеет характерные особенности. Обычно предложения вэньяня делят на глагольные и именные. Но не стоит забывать, что промежуточное место занимают предложения со сказуемыми 有 и 無. Чаще всего в вэньяне встречаются глагольные предложения.

«Лексика древнекитайского языка в подавляющем большинстве случаев односложна. Одному иероглифу соответствует одна лексическая единица» [4]. Из-за этого в вэньяне отсутствует нейтральный тон. Слова вэньяня односложны и записываются одним иероглифом. Слова вэньяня не имеют форм ни вида, ни числа, так как слово равно слогу, то и показатели принадлежности к таким категориям в нем отсутствуют. В именной функции слово вэньяня обозначает или совокупность однородных предметов, или что-то неисчисляемое. «Равенство слова иероглифу имеет одним из своих следствий большую широту значения лексической единицы вэньяня. Набор значений связывается в одно «сверхзначение» [1]. Это приводит в свою очередь к большому содержанию омографов.

С первых веков нашей эры и до XX в. вэньянь являлся официальным письменным языком Восточной и Юго-Восточной Азии. Переход на байхуа и определённые изменения в грамматической системе классического языка в XII-XIII вв. в какой-то степени связаны с перемещением столицы в Пекин и вытеснением восточных и южных диалектов северным. Начиная с эпохи Сун (960-1279гг), в Китае на протяжении целого тысячелетия одновременно функционировали две формы литературного языка — вэньянь, который сформировался на основе древнекитайского языка, и байхуа, основанный на нормах разговорной речи. Параллельное функционирование этих языков создало ситуацию двуязычия. Их взаимодействие привело к изменениям в грамматических системах обоих языков. Особенностью данного взаимодействия заключается в том, что в контакт вступили два вида литературного языка одного, китайского, языка, которые существенно различаются между собой. И дело не только в том, что каждая из них обладает своим набором служебных слов и, что служебные слова играют немаловажную роль.

В процессе взаимодействия с байхуа наблюдается свободное проникновение в систему вэньяня форм и конструкций, характерных для байхуа различных эпох. В процессе своего исторического развития грамматическая система вэньяня предстает как постепенное «упрощение» первоначально более сложной системы древнекитайского языка. Прежде всего, многие служебные слова и конструкции древнекитайского языка в вэньяне употребляются далеко не во всех присущих им в древнекитайском языке функциях — происходит, таким образом, сужение их функций. В вэньяне наблюдается процесс адаптации — служебное слово древнекитайского языка используется в сочетании с другим служебным словом, как бы уточняющим и проясняющим значение первого, в результате, возникают конструкции свойственные только вэньяню. И наконец, не все служебные слова и конструкции древнекитайского языка употреблены в текстах, написанных на вэньяне. Одни из них перестали функционировать вообще, другие выходят из числа продуктивных. Грамматическая система вэньяня также отклоняется от древнекитайского языка, представляющего его основу. «Наблюдается прямое стирание существовавших в древнекитайском языке функциональных различий между отдельными служебными словами. Например, местоимение 1-го лица 吾 в древнекитайском языке выступало как подлежащее, а 我 — как дополнение; в вэньяне 吾 редко бывает дополнением, но что касается местоимения 我, то для него функция подлежащего совершенно обычна, а дополнением оно может быть послеглагольным. Функция определения для одного местоимения, для другого абсолютно естественна и с показателем 之, и без него. Например, 我亦能為之 «Я тоже мог бы сделать это»; 吾初不之信 «Сначала я не поверил этому» [5]. Но не стоит забывать, что существуют такие языковые особенности,

которые связаны непосредственно с содержанием отдельного привлечённого текста, но они не являются общими для вэньяня. Однако и вэньянь в свою очередь оказал немалое влияние на байхуа, а затем и на современный китайский язык. А выражается это тем, что в настоящее время в публицистических текстах встречаются вэньянизмы.

Все вэньянизмы можно разделить на два основных типа: 1. лексика, пришедшая из вэньяня — это слова, и в том числе служебные, фразеологизмы; 2. синтаксические фигуры — это особые синтаксические конструкции, построенные на лексических и грамматических нормах языка вэньянь. «В публицистическом стиле встречаются оба этих типа вэньянизмов. Для описания стилистических средств, использующих элементы вэньяня, можно воспользоваться и лексикой и синтаксисом, поскольку ее категории имеют семантический характер» [6].

При сравнении современного значения вэньянизмов и значения вэньянизмов старого литературного языка, можно отметить, что во многом они совпадают, но есть и существенные различия. Некоторые вэньянизмы являются архаизмами. «В настоящее время они представляют собой устаревшие названия современных предметов и явлений. Архаизмы обычно встречаются в произведениях письменно — книжных стилей языка используются в качестве экспрессивного средства в публицистике» [7]. В публицистических текстах иногда встречаются вэньянизмы, являющиеся историзмами (历史词语 lishiciyu), то есть названия устаревших реалий, уже исчезнувших вещей и явлений.

«Такие историзмы находят своё применение в произведениях современной публицистики как средство, выполняющее определенную стилистическую функцию» [7]. Например, 钦命 высочайшее повеление; 臣服 признать себя вассалом; 点卯 перекличка; 干戈 оружие; 黎民

простонародье; 巡捕 полицейский, полиция; 伙夫 кашевар; 门丁 швейцар, привратник. В публицистических произведениях формулы речи, образованные в соответствии с лексическими и грамматическими нормами языка вэньянь, является показателем высокого стиля в речи говорящего. 己所不欲, 无施于人 — Не делай другим того, чего себе не пожелаешь (афоризм, построен по нормам вэньяня); 先见之明 — дар предвидения (фразеологическое сочетание).

Помимо лексических средств публицистическим текстам также придают стилевую окраску синтаксические средства. Синтаксис, использующий служебные слова и конструкции вэньяня, создает «книжную» окраску в газетных текстах и определяет специфику грамматического строя данного функционального стиля. В публицистике встречаются особые синтаксические построения, придающие речи большую экспрессивность. Например: 教室都表示同意, 何况学生? Даже преподаватели согласны, не говоря уже о студентах! (Здесь для большей выразительности употреблена грамматическая конструкция из вэньяня со служебным словом 何况 «что же и говорить о...; тем более, что; где уж»). В публицистических текстах можно встретить синтаксические комплексы, выполняющие различные функции, например, служат для выделения некоторых членов предложения. Часто такие структуры включают вэньянизмы. «Например, структура, заимствованная из вэньяня 所...的(или 所...者). 现在所剩的几乎等于零。То, что ныне осталось, почти равно нулю. (Здесь синтаксическая конструкция 所...的 служит для выражения подлежащего)» [7].

Произведения публицистического стиля эмоционально окрашены, поэтому часто встречается эмоционально — логическое выделение некоторых членов предложения (эмфаза членов предложения). Например, способ

эмоционально — логического выделения дополнения, заимствованный из языка вэньянь. Для этой цели используется сочетание двух служебных слов: ограничительной частицы 惟 (唯) и усилительной частицы 是. «Например, 这些文物一定要全部追回, 缺少任何一件, 唯他们是啊! Все эти культурные ценности непременно должны быть полностью возвращены. Если не окажется какой — либо из вещей, только эти лица (дословно: они) и будут в ответе» [8].

Изучение особенностей семантико — грамматического функционирования вэньянизмов позволяет сделать вывод об их использовании и на лексическом и на синтаксическом уровне. Они определяют основную стилистическую особенность китайской публицистики. Однако широкое использование элементов вэньяня в публицистике создает определённые трудности для переводчиков. При переводе публицистических текстов встречаются проблемы, связанные с синтаксисом вэньяня, с функциональной неоднозначностью служебных и знаменательных слов, с многозначностью слов, с наличием историзмов, архаизмов и фразеологизмов из древнекитайского языка. Задача переводчика — распознать вэньянизм, выявить все его лексические, грамматические и стилистические значения, что позволит извлечь максимально возможную информацию и передать средствами языка эмоционально — экспрессивный, оценочный и стилистический оттенок. Вэньянь представляет собой проницаемую и подвижную систему, включающую в себя явления разных периодов развития китайского письменного языка. Вэньянизмы составляют особый пласт исконной лексики. Они, сохраняя в языке определённую степень активности, являются лаконичным средством обозначения понятий. Для того, чтобы переводчик осуществил правильный перевод, в первую очередь необходимо по максимуму использовать

языковые средства языка на который производится перевод. Это возможно при распознавании лексического, грамматического и стилистического значений элемента вэньяня.

Литература

[1] Карапетьянц А.М., Тань Аошуан Учебник классического китайского языка вэньянь. Начальный курс. М.: Муравей, 2001. 432 с.

[2] Крюков М. В., Хуан Шу-ин Древнекитайский язык. М.: Наука. Главная редакция восточной литературы. 1978. 512 с.

[3] Курдюмов В. А. Курс китайского языка. Теоретическая грамматика. М.: ЦИТАДЕЛЬ-ТРЕЙД; ЛАДА, 2005. 576 с.

[4] Скворцов А. В. Классический китайский трактат «Дао дэ цзин» на практических занятиях по дисциплине «История языка введение спецфилологии»: учебное пособие для студентов факультетов иностранных языков педагогических вузов. М.: МГПУ, 2011. 364 с.

[5] Зограф И. Т. Вэньянь и байхуа: взаимодействие двух форм изолирующего языка // Письменные памятники Востока, 1(8), 2008. С.125–146.

[6] Лемешко Ю.Г., Никитина Т.Н. Вэньянизмы в публицистическом стиле китайского языка. В кн.: Молодежь и научно-технический прогресс. Материалы региональной научной конференции 21-24 апреля 1998г. Часть I. Владивосток, ДВГТУ, 1998. С.65-66.

[7] Горелов В.И. Стилистика китайского языка. М.: «Просвещение», 1990. 124 с.

[8] Люй Шусян Служебные слова вэньяня (吕叔湘著。文言虚字). Пекин: Да гуан чубаньшэ, 1970. 231 с.

Classical Chinese “wenyan” in modern Chinese

Наурапетян О.

In this article features wenyan as classical Chinese language of antiquity till the V century, the subsequent it`s evolution, structural features and interaction with baihua in the XIX-XX centuries, and also

feature of the use of venyan`s words in contemporary Chinese publicistic texts.

Прагматические особенности жанра научной статьи

Анисимов В.Е.

В статье описаны прагматические, функциональные, стилистические, синтаксические и лексические особенности научного дискурса. Систематизируются жанрообразующие особенности научной статьи, необходимые для публикации научных индексируемых изданиях.

Исследуя научный дискурс, можно рассматривать его с различных точек зрения: прагматической, функциональной, стилистической, синтаксической и лексической.

Ценности научного дискурса сконцентрированы в его ключевых концептах (истина, знание, исследование) и сводятся к признанию познаваемости мира, к необходимости умножать знания и доказывать их объективность, к вниманию к фактам, к высокой оценке точности в формулировках и ясности мышления [1].

Целью научного дискурса В.И.Карасик называет «процесс вывода нового знания о предмете, явлении, их свойствах и качествах, представленный в вербальной форме и обусловленный коммуникативными канонами научного общения — логичностью изложения, доказательством истинности и ложности тех или иных положений, предельной абстракцией предмета речи» [1].

Адекватность восприятия читателем текста и представленной в нем информации является основным условием прагматики научного дискурса.

Еще одним из конститутивных признаков научного дискурса следует считать равноправие участников — читатель выступает не просто в качестве адресата, но и в качестве со-мыслителя. Любая научная статья должна быть

построена максимально понятно для обсуждения научных проблем. Этим и продиктованы стремление к точности и доказательности научного стиля.

Научный дискурс характеризуется выраженной высокой степенью интертекстуальности, и поэтому опора на прецедентные тексты и их концепты для рассматриваемого дискурса является одним из системообразующих признаков [1]. Интертекстуальные связи применительно к тексту научной статьи представлены в виде цитат и ссылок и выполняют референционную, оценочную, этикетную и декоративную функции [3].

Преобладание письменной речи в научном дискурсе предполагает продуманность, подготовленность и тщательность оформления речи [4]. Однако в устной научной речи вмешивается элемент спонтанности: в таком жанре научного дискурса, как дискуссия, у оппонентов нет времени на подготовку своего ответа.

Для этого функционального стиля характерно использование специальной научной и терминологической лексики, отсутствие разговорной эмоционально-экспрессивной и использование абстрактной лексики [5]. Также для научного стиля речи характерно использование сложных союзных предложений, логических связок и вводных слов (безусловно, в сущности, во-первых, во-вторых, с одной стороны, с другой стороны), указывающих на последовательность изложения материала, распространенных определений, причастных и деепричастных оборотов [1]. Другой тип предложений, активно употребляющийся в научной речи — безличные предложения. Это связано с тем, что в последнее время в научном дискурсе личная манера повествования уступает место безличной. М.М. Бахтин в своей работе «Проблема речевых жанров» утверждает, что использование безличных предложений позволяет автору акцентировать внимание читателя на действии и объекте действия, отвлекая его от

собственного читательского «я». Употребляя большое количество безличных предложений автор вынужден прибегать к цитированию, порой даже ссылаясь на собственные работы, чтобы подчеркнуть, что именно он выполнил данную работу[6]. Также использование безличных предложений придает тексту экспрессивно нейтральный характер.

Тематика научного дискурса охватывает очень широкий круг проблем, поэтому принципиально важным при его анализе является выделение таких его разновидностей, как научный технический, естественнонаучный и научный гуманитарный дискурс. Технический дискурс, как отмечает Р. С. Аликаев, строится на описательных микротекстах, которые следуют друг за другом в логической последовательности. В технических текстах, помимо абстрактных понятий, широко используется номенклатура конкретных объектов, процессов, состояний, употребляется символический язык (математический, логический, химический, физический); помимо теории, важное место занимают описания технологии, методики, экспериментов[7]. Гуманитарный дискурс в целом подчиняется правилам построения научных текстов и отвечает критериям научности. С другой стороны, предмету исследования гуманитарных наук, таких как лингвистика, присущи определенные свойства (например, объект может рассматриваться как знаковая система и иметь семиотический характер, а следовательно, не поддаваться формализации)[8], которые придают гуманитарному дискурсу черты, свойственные художественной речи. Такими чертами можно назвать субъективизм — проявление личного авторского начала, коммуникативности — направленности на реципиента, учета его мнений и знаний[9]. В гуманитарном дискурсе, в отличие от научно-технического, наблюдается совпадение объекта и субъекта исследования, поскольку интерпретация результатов исследования объекта

в значительной степени субъективна. Также в структуре гуманитарных текстов чаще представлены такие функционально-смысловые типы речи, как умозаключение и рассуждение [7].

Перечисленные И.В. Карасиком жанры научного дискурса [1] подразделяются на устные (выступление на конференции, доклад, дискуссия, реферативное сообщение, лекция) и письменные (диссертация, дипломная работа, монография, научная статья, стендовый доклад, реферат, рецензия). В своей работе мы коснемся только анализа жанровых особенностей научных статей гуманитарного профиля.

Исходя из описанных выше особенностей научного дискурса (логичность, последовательность и ясность изложения, монологичный характер речи, нормированная речь, интертекстуальность, точность, продуманность, терминологичность) и частных особенностей научно-гуманитарного дискурса (субъективизм, коммуникативность) большинство иностранных научных журналов выдвигает строгие требования к публикации статей.

Название должно быть кратким, отражающим специфику работы и проблематику выполненного исследования, а также быть адаптировано для целевой аудитории. Аннотация должна представлять собой краткое описание работы. Реферат должен быть существенно меньше самой статьи (от 150 до 400 слов в зависимости от издания) и содержать цели и выводы работы, взятые из основного корпуса статьи. В аннотации не следует использовать аббревиатуры и цитаты.

Во введении необходимо четко и кратко изложить современное состояние рассматриваемого вопроса, обозначить проблемы, не решенные в предыдущих исследованиях, которые призвана решить данная статья.

В основной части статьи должен быть описан ход исследования, последовательность рассуждений, которая

позволила прийти к сформулированным в итоге выводам. В начале должна быть четко сформулирована цель, которая покажет читателю, что нового статья вносит в современный взгляд на изучаемый вопрос. Эта часть статьи заканчивается выводами, где должны быть суммированы полученные результаты и обобщена их важность, обсуждены неоднозначные данные и рекомендованы пути дальнейшие исследования.

Завершают статью список литературы, на который в тексте сделаны соответствующие ссылки. Формально, использование ссылок позволяет сохранить одну из главных черт научного дискурса — интертекстуальность. При этом ссылки позволяют автору использовать полученные коллегами результаты для их опровержения или доказательства. В ссылках отражена такая черта научного дискурса, как точность — при отсутствии возможности напрямую говорить в статье некоторых фактах, автор прибегает к ссылкам на первоисточники. Кроме того, для соблюдения чистоты научного диспута рекомендуется привести мнения оппонентов, которые оспаривает автор, разворачивая свою аргументацию.

Также необходимо придерживаться логичности научного текста, а именно соблюдать смысловую связь между информационными блоками статьи. При построении абзаца должна присутствовать смысловая точность. Например, предложение, начинающее его, должно содержать вступление к изложению данных или вопрос, а завершающее — обобщение сказанного. Не менее важными являются связи между смысловыми частями в статье — вывод из каждой части должен содержать связь с последующими положениями. Кроме того, при написании научной статьи необходимо соблюдать требование точности — использовать ясную, недвусмысленную терминологию и объяснять значение нововведенного термина.

Следование требованиям к оформлению научных статей позволяет их авторам создавать текст, в котором учтены все особенности данного жанра.

Литература

[1] Карасик, В.И. О типах дискурса / Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Сб. науч. тр. / Под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.

[2] Немов Р. С. Психология // Глава 20 // Общение, 2000.

[3] Михайлова Е.В. Интертекстуальность в научном дискурсе (на материале статей), 1999.

[4] Котюрова М. П. Стилистика научной речи. Академия, 2010.

[5] Митрофанова О.Д. Язык научно-технической литературы. М.: Изд-во МГУ, 1973.

[6] Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Собр. соч. М., 1986.

[7] Аликаев Р.С. Язык науки в парадигме современной лингвистики. Нальчик: Эль-Фа, 1999.

[8] Степанов Ю.С. В мире семиотики// Семиотика: Антология. -М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001.

[9] Богданов В.В. Текст и текстовое общение. СПб., 1993.

Pragmatic features of scientific article's genre

Vladislav Anisimov

The article considers the pragmatic, functional, stylistic, syntactic and lexical features of scientific discourse. Genre features of the scientific paper in humanities necessary for the publication in scientific indexed journals are systematized.

Межкультурные коммуникации в сфере спорта

Антипин Е.П

Проблема межкультурных коммуникаций в спорте часто обсуждается в наше время. Неудивительно, ведь все больше и больше спортсменов изъявляют желание играть за команды других стран. У всех игроков одна общая цель — победа, для осуществления которой необходимо взаимопонимание, поддержка и дружба между членами команды. В процессе тренировок и крупных спортивных мероприятий происходит обмен опытом между спортсменами, постепенно исчезает и языковой барьер. Начиная выступления за клуб другой страны, спортсмен совершает важный шаг в карьере, который может оказаться решающим в его жизни.

Сегодня спорт представляет собой не только специфический род физической и интеллектуальной активности, но и средство безбарьерного взаимопонимания между людьми. Спорт — это полноценный, самостоятельный и эффективно функционирующий институт рынка, развивающийся по экономическим законам и имеющий свои специфические особенности. [1]

Психология общения в спорте реализуется на разных уровнях организации: индивидуальной и командной спортивной деятельности. Нам часто приходится наблюдать, как игроки разных национальностей выступают от одного клуба. Учитывая сложность и специфичность психологии спортсмена, можно выделить несколько уровней взаимодействия атлетов. [2]

Первый уровень психологии спортсменов — межличностный, когда объединенные одним клубом игроки со всего мира общаются между собой, с тренером, руководителями, другими спортивными специалистами и членами своей команды. Все вместе они отрабатывают свои навыки на тренировках для достижения общей цели. Продуманная тренировка позволяет дать сбалансированную

нагрузку, но при этом не навредить организму спортсмена. Обмен опытом между игроками позволяет вводить новые упражнения и тактические схемы, направленные на достижение полного взаимопонимания в команде. Стоит отметить, что на сезон 2014-2015 в Российской Футбольной Премьер — Лиге заявлено 177 легионеров, что составляет 44,58% от общего количества футболистов в клубах. [1]

Второй уровень — межгрупповой — реализуется в учебно-тренировочной и соревновательной деятельности, как между спортивными командами, так и их отдельными представителями.

Третий уровень коммуникаций спортсменов — публично — массовый. Когда во время спортивных состязаний (до или после них) игроки общаются с судьями, болельщиками, фанатами и представителями прессы вербально или невербально. [3]

Неречевые средства общения многообразны. Это и жесты, и мимика, и взгляд, и движения (например, в знак одобрения тренер может похлопать игрока). Движения несут информацию для партнеров, адекватную целям деятельности, а для соперника — это обманные движения. В процессе спортивных игр движения спортсменов несут основную информационную нагрузку. Так, в гандболе, по данным В. И. Румянцевой, вербальные средства общения использовались в 31% случаев, а невербальные в 69%. Правда, при таких подсчетах следует учитывать, что относят исследователи к неречевым средствам общения. [4]

По мнению Ю. Л. Ханина, у волейболистов и гандболистов неречевое общение составляет лишь 8-11%. Очевидно, им не учитывались в качестве таковых пасы мяча партнерам. Кроме того, имеются индивидуальные особенности в использовании речевых и неречевых средств.

Со временем игроки становятся популярными. Для них открываются другие возможности заработка: реклама какого

— либо продукта, эпизодические роли в кино в качестве приглашенных звезд спорта.

Согласно мнению научного руководителя факультета спортивного менеджмента МФПА В. Леднева, положительным фактором, влияющим на инвестиционную привлекательность для бизнеса индустрии спорта, является то, что со спортом, как правило, нас связывают позитивные впечатления. Потому что спорт — это победы, медали, рекорды и приятные воспоминания. А если случаются поражения, то они быстро забываются и все опять думают о победах и успехах. Это крайне важно для того позитивного восприятия спортивных событий, которое остается в памяти у зрителей и болельщиков, являющихся потенциальными клиентами продукции, которая представлена производителями во время спортивных соревнований. Кроме того, лицом рекламной продукции может быть любой игрок, занимающий лидирующую позицию в клубе. Все вместе это является важным фактором, влияющим на интерес бизнеса к индустрии спорта. Спорт является, пожалуй, самой благоприятной средой для продвижения своей продукции, поиска новых рынков сбыта и новых покупателей, а также формирует максимум позитивных эмоций для положительного восприятия рекламируемых продуктов и услуг по сравнению с другими каналами продвижения. [5]

Решающим фактором в достижении эффективного общения и взаимопонимания между игроками разных национальностей является профессионализм и авторитет тренера, управляющего всеми процессами подготовки и участия спортсменов в соревнованиях. Тактические просчеты и педагогические ошибки в тренерской деятельности порождают межличностные конфликты, влияют на сплоченность команды не самым лучшим образом. В целях формирования сплоченной команды, тренеру следует учитывать особенности неформального

общения спортсменов, их товарищеские и дружественные связи, психологическую совместимость черт характера и свойств темперамента, склонность к агрессивности и конфликтности в состояниях эмоционального возбуждения, уровень общения спортсменов с болельщиками и фанатами в социальных сетях, что играет одну из главных ролей в формировании единой командной силы. [6]

В спортивной практике широко используются и неречевые средства общения: 1) жесты (головой, пальцами, руками); 2) мимические сигналы (глазами, бровями, губами); 3) звуковые сигналы (в основном для привлечения внимания); 4) моторные средства (специфические средства общения в деятельности, требующие перемещения участников, предметов и объектов труда). Действия отдельного игрока на площадке: его перемещение является сигналом для остальных партнеров о том, какая сейчас должна быть осуществлена комбинация. [7]

Таким образом, стремление к победе изначально присуще любой соревновательной деятельности. Каждый из нас хочет победить. Но тяга к игре и соревнованиям логически предшествует стремлению к победе и психологически — победному исходу соревнования. Стоит отметить, что итогом всей спортивной жизни игрока становится цель — быть лучшими в своем виде спорта!

Литература

- [1] URL: <http://lenta.ru/news/2015/06/19/rfpalforeig/>
- [2] Смирнов В.Н. «Спортинг — менеджмент побед!»
- [3] «Национальная Энциклопедическая служба». URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/1095/word/obschenie-v-sporte>
- [4] «К вопросу об общении гандболистов в процессе игрового взаимодействия» // Сборник научных работ молодых ученых ГДОИФК им. П. Ф. Лесгафта за 1971 год. Л., 1971)
- [5] Леднев В.А. Менеджмент в индустрии спорта. 2012г.
- [6] Психология общения в спорте. М., 1980. С. А. Васюра.

[7] Психологические основы общения в спорте.
[url=http://www.psyoffice.ru/3-1-sport-fivo065.htm]/

Intercultural Communication in the sport

Egor Antipin

Nowadays problems of intercultural communication in sport is very often discussed. It is not surprising, because more and more athletes are willing to play for clubs in other countries. No one is afraid of the barrier of communication, misunderstanding teammates. All players in one common goal — a victory for which you want a complete understanding, support and friendship between the team members. From appearances for the club in another country, the athlete makes an important step in his career, which could prove decisive in his life.

Анализ использования фразеологизмов в речи (на материале испанского и русского языков)

Ануфриева А.С., Ковальногова М.С.

Статья посвящена сопоставительному анализу употребления фразеологизмов в испанском и русском языках. Проводится исследование некоторых особенностей отражения национально-культурного компонента в идиоматических выражениях данных языков.

Проблема осмысления использования фразеологизмов в речи не теряет своей актуальности с течением времени.

В лингвистике до сих пор нет единого мнения о параметрах национально-культурного компонента в структуре фразеологического значения. Также немногочисленны исследования фразеологических единиц русского языка в сопоставлении с идиоматикой испанского языка, которые позволяют выявить языковую и внеязыковую своеобразность содержания национально-культурного компонента фразеологизмов.

Для начала, рассмотрим определение идиомы.

Идиома — оборот речи, значение которого не определяется значением входящих в него слов[1],

то есть фразеологизм является важным для того или иного языка устойчивым выражением или конструкцией. Изучая иностранный язык, мы стремимся не только выучить основные грамматические нормы, освоить некоторый лексический запас и др. аспекты языка, но и углубиться в знания о культуре языка, достичь понимания образа мыслей и характера народа [2]. Так, сопоставительный анализ пословиц и поговорок разных народов выявляет точки соприкосновения различных культур, что, в свою очередь, способствует их лучшему взаимопониманию и сближению.

Как показывают наши наблюдения, структура фразеологического значения практически всегда включает в себя национально-культурный компонент, так как фразеологизмы появляются в языках на основе образного представления [3]. Такая составляющая считается языковой универсалией, т. к. прослеживается в идиоматике различных живых языков.

Фразеологический образ, являясь многогранным и сложным в любом языке, периодически проявляется в сознании носителей языка при употреблении в речи любой фразеологической единицы. Он может быть востребован ее внутренним образом или проявляться вследствие переоценки и понимания идиомы, когда внутреннее содержание невоспроизводимо и очень сложно выделить семантически релевантные признаки. Данное качество отображает менталитет различных народов.

Например:

Русский фразеологизм	Испанский фразеологизм	Буквальный перевод
«быть между молотом и наковальней»	«estar entre la espada y la pared»	«быть между шпагой и стеной»

Оба данных фразеологизма изображают одну ситуацию «находиться в затруднительном положении», имеют одну фразеологическую модель (глагол «быть» + предлог «между» + имя сущ + союз «и» + имя сущ), но форма выражения значения особенна. Имя «наковальня» является национальным колоритом в русском варианте. И формирует образ, внутреннее содержание которого отчетливо соотносится с языком и культурой страны [3].

Случаи полного межъязыкового сходства фразеологических единиц довольно редки, т. к. полная соотнесенность разноязычных фразеологизмов [4] предполагает равенство их формы, значения, внутреннего образа. Их демонстрируют такие примеры фразеологизмов как (см. таблицу 1):

Таблица 1. Примеры полного межъязыкового сходства фразеологических единиц

Русский фразеологизм	Испанский фразеологизм¹	Значение
кожа и кости	piel y huesos	'очень худой человек'
рвать на себе волосы	tirarse de los pelos	'приходить в отчаяние'
черный список	la lista negra	'люди, которых не принимают'
собачья жизнь	la vida perra	'трудная, тяжелая жизнь'
длинный язык	lengua larga	'болтун'

Перевод испанских фразеологизмов аналогичен русскому значению.

Также мы провели анализ того, как национально-культурная специфика отражается в испанских фразеологизмах.

Рассмотрим несколько групп устойчивых конструкций, имеющих различные оценки. Нужно отметить, что испанское языковое сознание в своей оценочной практике массово пользуется идиоматическими выражениями не только с национально-культурной составляющей, но и особым

образом обрабатывает базу знаний, связанную с мировыми именами и историческими культурными событиями [5].

Испанское языковое сознание формирует оценочные значения при помощи национальных имен собственных, географических названий, известных литературных персонажей, исторических событий, былин и др. [5], а также оригинально обрабатывая значения имён и событий — достояний общественности.

Рассмотрим некоторые семантические группы оценочных выражений, которые формируют различные подтипы общих или частных оценок в испанской речи (см. таблицу №2).

Таблица №2. Семантические группы устойчивых конструкций с примерами

Группа №1. Национальные имена собственные		
	Значение	Пример
<u>Педро Сируэло</u> — известный математик, написавший множество трудов	Обозначение эрудированного, умного человека <u>saber más que el maestro Ciruelo</u> (букв. знать больше, чем маэстро Сируэло)	No tiene estudios, pero <u>sabe más que el maestro Ciruelo</u> . — У него нет никакого образования, но у него обширные знания.
<u>Дон Хуан (дон Жуан)</u> — дамский угодник и соблазнитель, не знающий нравственных границ.	Синоним любвеобильного мужчины в культурах многих стран.	Ser <u>un donjuan</u> (букв. быть донжуаном).
Группа №2. Топонимы		
<u>Потоси</u> — район Боливии	Потоси — район Боливии, который олицетворяет фундаментальность,	Ese chico vale <u>un Potosí</u> — es educado, culto, elegante, tiene

	роскошь, великолепиие, знаменит своими доколумбовыми серебряными рудниками.	un buen trabajo. — Этот молодой человек — настоящее золото: он воспитан, образован, элегантен, у него хорошая работа.
Группа №3. Понятия, связанные с религией		
<u>Святой Бортоломе</u>	Праздник в честь него связывают с происхождением фразеологизма. 24 августа является также завершением сельскохозяйственных работ и началом отдыха.	¿Te pasas los días tumbado a <u>la bartola</u> ? — Ты целыми днями считаешь ворон (бьёшь баклуши, валяешь дурака)?
Группа №4. Исторические легенды		
<u>La Caraba/La caraba en bicicleta</u> (букв. Караба/на велосипеде”)	Характеризует предмет, событие или человека, как что-то необычное, своеобразное, вызывающее удивление.	Cuando llueve, vas sin un paraguas; cuando hace bueno lo tomas. Macho, eres <u>la caraba</u> . — Когда дождь, ты ходишь без зонта, когда стоит хорошая погода, берёшь его. Приятель, ты бесподобен.
Группа №5. Продукты, кушанья		
<u>Корица</u>	Со средневековья корица является ценной и востребованной пряностью. В испанском языке она стала образцом положительных качеств.	<u>Ser canela/canela en rama</u> (букв. быть корицей/ быть веточкой корицы): “Esta chica es <u>canela en rama</u> . Vale su peso en oro. — Эта девушка очень

хорошая. Просто золото (букв. эта девушка — веточка корицы).

Итак, мы предоставили несколько типичных примеров того, как национально-культурный компонент отображается в фразеологических единицах.

Проследив некую тенденцию, можем заметить, что использование устойчивых выражений языка позволяет нам придать речи эмоциональную окраску сделать её более выразительной, живой и образной, так как сама стилистическая окрашенность фразеологизмов позволяет нам обогащать процесс коммуникации, и убирать некие речевые штампы. Эти выражения являются важнейшим элементом экспрессивной лексики. [6] Они позволяют нам постигнуть истину культуры и истории народа. Изучая фразеологизмы, мы понимаем, что значение употребления испанских и русских идиом очень важно для каждого языка. Человек, будучи заинтересованным в том, чтобы выучить язык и плавать в нём «как рыба в воде», просто обязан заняться изучением идиоматических выражений, их пониманием и правильной интерпретацией, ведь только это поможет ему быть настоящим профессионалом в своём деле и «не упасть в грязь лицом».

Литература

[1] Ожегов С. И. Словарь русского языка/ Под ред. чл.-корр. АН СССР Н. Ю. Шведовой. — 18-е изд., стереотип. — М.: Рус. яз., 1986. — с. 205

[2] <http://www.coolreferat.com/>

[3] Титаренко Н.В. Национально-культурный компонент НАЗВАНИЕ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Волгоград — 2008.

[4] <http://cheloveknauka.com/natsionalno-kulturnyy-komponent-frazeologizma-v-sopostavitelnom-aspekte#ixzz3GIX9cmXc>

[5] Сингаевская А. В. «Национально-культурное своеобразие испанских фразеологизмов с компонентом-антропонимом» <http://www.gramota.net/materials/2/2014/4-2/50.html>

[6] Мед Н. И. «Национально-культурная специфика оценочных фразеологизмов (на материале испанской разговорной речи)», 2008. <http://cyberleninka.ru/article/n/natsionalno-kulturnaya-spetsifika-otsenochnyh-frazeologizmov-na-materiale-ispanskoj-razgovornoj-rechi>

[7] <http://padeji.ru/leksikologiya/sistemnost-frazeologizmov-russkogo-yazyka>

Usage analysis of phraseological units in speech (based on Spanish and Russian languages)

Anufrieva A.S., Kovalnogova M.S.

Классификация чэньюй в антропологическом аспекте

Афанасьева М. В.

В статье изложены общие сведения о фразеологии китайского языка и приведена классификация китайских идиом (чэньюй) по антропологическому компоненту.

Традиции возникают в древности, они определяют общественную и личную жизнь человека. Традиции функционируют во всех социальных системах и являются необходимым условием их жизнедеятельности. Неповторимость национального склада мышления в области нравственно-ценностной интерпретации мира отражена в национальной фразеологии. Вряд ли кто-нибудь не согласится с тем, что в пословицах, поговорках и готовых выражениях любого народа запечатлелась «картина мира», сложившаяся в представлении народа.

В большинстве случаев для обозначения понятия «фразеологизм» или «фразеологическая единица» (в самом широком его понимании) современные китайские лингвисты

используют термин « 熟语 》 , где перевод терминологического компонента *shu* возможно трактовать как «готовый», либо «знакомый», а *yu* означает «речение». Несмотря на то, что фразеология как научная дисциплина сформировалась сравнительно недавно (в 40 годах прошлого столетия), ученые уже с давних пор проявляли интерес к изучению проблем фразеологии. Основная задача фразеологии – исследование фразеологической системы языка в ее современном состоянии и историческом развитии. А объектом изучения фразеологии являются фразеологические обороты или «фразеологизмы». Фразеологизм – особые лингвистические образования, представляющие собой лексически неделимые, устойчивые в своем составе и структуре, имеющие целостное значение сочетания слов, воспроизводимые в речи в готовом виде. На данный момент в учебных пособиях за основу берется классификация Ма Гофаня. Ма Гофань выделяет 5 основных единиц фразеологии.

- чэньюй (成语) — идиома;
- яньюй (谚语) – пословица;
- сехоуэй (歇后语) — недоговорка-иносказание;
- гуаньюньюй (惯用语) – фразеологическое сочетание;
- суюй (俗语) — поговорка

В работах многих китайских лингвистов и западных синологов термин «чэньюй» имел несколько значений.

Под этим термином подразумевались не только собственно «чэньюй» как разряд фразеологизмов, но и устойчивые выражения, фразеологические сочетания, пословицы и поговорки, афоризмы, иногда даже двусложные слова, утратившие внутреннюю форму и интересные этимологии.

Чтобы составить классификацию фразеологизмов, возьмем за основу фразеологизмы с антропологическими

компонентами 人, 男, 子, 女. Для каждого из компонентов найдем по несколько примеров с разной смысловой окраской (отрицательная, положительная, нейтральная).

б) 人

Отрицательная окраска

惨无人道 — Не иметь в себе ничего человеческого. Или быть очень жестоким.

假手于人 — использовать чужие руки. Другими словами, использовать труд (усилия, энергию) других

借刀杀人 — убивать взятым взаймы ножом. Имеет значение «делать грязную работу чужими руками».

含血喷人 — брызгать на людей кровью. Смысл — обливать людей грязью, клеветать.

寄人篱下 — ютиться под чужим плетнем. Или жить под чужим кровом, жить нахлебником.

暗箭伤人 — разить парфянской стрелой. Губить тайным выстрелом; всадить нож в спину; нанести удар из-за угла.

郑人买履 — человек из княжества Чжэн покупает обувь (используется для обозначения человека, верящего только догмам, невзирая на действительность)

狗仗人势 — собака пользуется покровительством человека; (распоясаться под защитой сильного покровителя)

痴人说梦 — Глупец рассказывает сны. Так говорят о человеке, рассказывающем явные глупости.

盲人摸象 — Слепцы ощупывают слона. Так говорят о людях, которые смотрят на вещи односторонне и не учитывают картины в целом.

三人成虎 — Трое человек становятся тигром, или повторяй ложь много раз и ей поверят. Высказывание указывает на то, что в ложь, повторенную многократно, могут поверить.

人怕出名猪怕壮 — Для свиньи опасно быть упитанной, для человека опасно быть прославленным. Выражение схоже по значению с русским изречением «Чем выше взлетишь, тем больнее падать»

隔着门缝看人一看扁了 — Смотреть на человека через дверную щель-видеть его сплюснутым. Выражение имеет смысл недооценивать, либо ни во что не ставить кого-то.

拖人落水 — Тащить человека под воду. Имеет значение втягивать в неприятности.

Положительная окраска

吉人天相 — хорошему человеку небо помогает. Суть-Если человек хороший, то ему все удастся.

尽如人意 — полностью соответствовать чаяниям (желаниям) человека. Или нести (давать) полное удовлетворение.

扣人心弦 — задевать струны сердца. Другими словами, глубоко западать в душу; волновать до глубины души, волнующий, захватывающий.

一鸣惊人 — Поразить всех одним высказыванием. В высказывании говорится о людях, которые в обычное время незаметны, но, когда начинают действовать, добиваются поразительных успехов.

月下老人 — Старец под луной. Выражение используется как синоним бога супружества, от чьей воли зависят судьбы влюбленных.

以人为鉴 — Использовать людей в качестве зеркала. Так говорят, когда хотят подчеркнуть необходимость соотносить свои действия с опытом других людей. Используя в качестве зеркала бронзу, легко привести в порядок свою внешность; используя в качестве зеркала историю, мы понимаем причины укрепления могущества и причины падения династий; когда же мы используем в

качестве зеркала людей, мы можем оценить собственные достоинства и недостатки.

Нейтральная окраска

好为人师 — Любить поучать других людей. Быть наставником для кого-то.

后发制人 — выжидать и нанести ответный удар. Или уничтожить противника ответным ударом.

知人知面不知心 — Когда знаешь человека, знаешь лишь его лицо, но не знаешь сердце. Выражение имеет схожий смысл с русским «Чужая душа-потемки»»

杞人忧天 — Человек из царства Ци беспокоился, что небо упадет. Данное выражение подразумевает под собой напрасные переживания.

人有失足，马有失蹄 — Человек может оступиться, лошадь может споткнуться. Изречение говорит о том, что каждый может совершить ошибку.

悲天悯人 — вызывать скорбь неба и жалость людей. Имеет значение жалобный, достойный всеобщей жалости; болеть душой за народ.

7) 女

Отрицательная окраска

男盗女娼 — мужчины воруют, женщины занимаются проституцией, — мерзавцы, негодяи.

Положительная окраска

娥皇女英 — Эхуан и Нюйин (дочери имп. Яо, ставшие жёнами имп. Шуня).

女娲补天 — починка неба богиней Нюйва

Нейтральная окраска

女扮男装 — женщина, одетая в мужскую одежду. Так называют женщин, ведущих себя как мужчины

男耕女织 — мужчины пахут, а женщины ткут. В данном выражении говорится о разделении мужского и женского труда.

8) 子

Отрицательная окраска

二流子 — второразрядный человек, второсортный человек. Выражение имеет значение «бездельник».

在孩子前面不能想什么就说什么,他们在听着他们会记住的。然后你有一点儿疏忽他们会怪罪你的。 — Нельзя говорить при детях что попало. Они все слушают, запоминают. Потом ставят тебе каждое слово в строку.

封妻荫子 — пожаловать титул жене (заслуженного чиновника) и закрепить его пост за потомками. Употребляется в значении «Разделить власть между членами семьи».

恶人先告状 — Злодей жалуется первым. Другими словами, виновный жалуется первым.

Положительная окраска

矮子里拔将军 — Выбрать генерала из карликов. Выражение имеет смысл из худших, выбирать лучших.

才子佳人 — талантливый молодой человек (юноша) и красавица девушка. Значение — достойная пара.

正人君子 — данное выражение используется для обозначения благородных людей (сверхблагородный джентльмен, живое совершенство, праведник)

丢失的孩子就像没有蜂王的蜜蜂- Без матери дети оказываются в тяжелом положении. Мать нужна каждому ребенку, таков смысл данной пословицы.

知子莫若父 — никто не знает сына лучше, чем отец.

Нейтральная окраска

纨绔子弟 — Дети в шелковых панталонах, аристократическая молодежь, пижоны, «золотая молодёжь»

9) 男

Положительная окраска

红男绿女-пёстрая толпа блестящих (нарядных) мужчин и женщин. Празднично одетые молодые люди и девушки.

男欢女爱 -Мужчине нравится женщина, женщина любит мужчину. Так часто говорят о людях, влюбленных друг в друга без ума.

Нейтральная окраска

男女老幼 — мужчины, женщины, старики и дети. Используется для обозначения общности = от мала до велика.

男大当婚 — когда мужчина вырастает, ему нужно жениться вовремя.

男人不坏女人不爱 — женщины не любят слишком хороших мужчин.

Литература

[1] Войцехович И.В. Практическая фразеология современного китайского языка. Учебник. — М.: АСТ:Восток — Запад, 2007. — 509 с.

[2] Горелов В.И. Лексикология китайского языка. — М.: Просвещение, 1984. — 216 с.- 368 с.

[3] И Биньюн. 100 китайских идиом. — СПб.: КАРО, 2006. — 207 с.

[4] Корнилов О.А. Жемчужины китайской фразеологии. — 2-е издание. — М.: КДУ, 2010. — 346 с.

Classification of chengyu in anthropological component

Maria Afanasieva

The article describes general information about Chinese phraseology and gives a new classification of Chinese idioms (chengyu) based on anthropological component.

Взаимозаменяемость терминов «диалект» и «патуа»: насколько она оправдана?

Бабанская А.С.

Многие отечественные и французские авторы широко используют в своих работах термины «диалект» и «патуа» для обозначения одних и тех же языковых явлений. В данной статье рассматривается вопрос о том, насколько оправдана взаимозаменяемость данных терминов, а также приводятся причины их синонимичного употребления.

Многие отечественные и французские авторы, рассматривая и описывая языковое пространство Франции в различные периоды, широко используют в своих работах термины «диалект» и «патуа» для обозначения одних и тех же языковых явлений. Столь странное и неуместное, на первый взгляд, употребление обусловлено несколькими причинами. Для должного понимания его истоков мы изучим различные аспекты данного вопроса: теоретический, исторический, терминологический, семантический, узуальный.

В первую очередь нам предстоит начать с теоретического аспекта и обратиться непосредственно к определению понятий «диалект» и «патуа».

В современном французском словаре Larousse диалект определяется как: «Ensemble de parlers qui présentent des particularités communes et dont les traits caractéristiques dominants sont sensible aux usagers» [1]. Более полное определение мы находим у Р.А. Будагова, который писал: «Диалект — это речь, характерная для населения определённой области и имеющая те или иные особенности в области фонетики, грамматики и лексики» [2].

В отечественной романистике французский термин «патуа» уже давно был принят и занял соответствующую ему нишу. В последнем издании Словаря Французской Академии

(9-ое издание) ему дано следующее определение: «(1)PATOIS n. m. XIIIe siècle. (...) Variété d'un dialecte qui n'est parlée que dans une contrée de faible étendue, le plus souvent rurale (...)» [3]. Следует уточнить, что в «Новом французско-русском словаре» В.Г. Гака и К.А. Ганшиной патуа также соответствуют «местное наречие» и «говор» [4].

Среди ареальных единиц диалектного членения языка «группа говоров» традиционно выделяется в качестве минимальной единицы [5]. Согласно М.А. Бородиной, патуа — это «небольшие говоры, охватывающие обычно исторически необусловленные территории, значительное меньшие, чем территория диалектов» [6]. Из этого мы можем заключить, что патуа является таковой единицей в рамках диалектного членения языкового пространства Франции.

Обращаясь к историческому аспекту нашего вопроса, мы обнаружим, что употребление термина «диалект» во многих случаях является неуместным, поскольку диалект — это понятие глубоко историческое, обычно соотносящееся с эпохой феодализма [2]. Его употребление относительно форм французского языка оправдано лишь до середины XIV вв., когда заканчивается период расцвета французских диалектов, которые в дальнейшем в силу конкретных культурно-исторических причин и событий начинают «деградировать» до уровня патуа [6], т.е. до единиц более низкого уровня.

Ввиду вышеизложенных обстоятельств в отечественной и зарубежной романистике постепенно стирается понятийное различие между терминами «диалект» и «патуа» в результате семантической эволюции, которую претерпевает слово «патуа» на базе синекдохи. Таким образом, патуа начинает использоваться для обозначения разрозненных реликтов французских диалектов с различной степенью сохранности и функционирования [6].

Ссылаясь на труды К. Дезира (C.Désirat), Т. Орде (T.Hordé) и Ж. Дюбуа (J.Dubois), И.А. Цыбова упоминает

ещё об одной причине, ввиду которой между понятиями «диалект» и «патуа» отсутствует принципиальная разница. По мнению учёных, оба понятия обозначают отклонение от нормы и представляют собой системы, которые не получили социально-культурного статуса национального языка [7]. В своей работе «Le français dans tous les sens» Г. Вальтер также отмечает, что в наши дни между диалектом и патуа не существует никакой установившейся ценностной иерархии [8].

Но, несмотря на семантические изменения, которые претерпело слово «патуа», никак нельзя утверждать, что обозначенные термины можно полноправно употреблять в качестве синонимов. Для более детальной характеристики их взаимоотношений и взаимозаменяемости следует обратиться к истории термина «патуа» и проследить его семантическую эволюцию.

Термин «патуа» впервые стал употребляться во Франции в XVII в. и окончательно закрепился во французском языке в конце XVIII в. с началом Великой французской революции (1789-1794) [9]. Лексикографы XVII-XVIII вв. рассматривали патуа как вульгарную и грубую форму языка, которую употребляют только крестьяне и неграмотное население. Однако в 5-ом издании Словаря Французской Академии (*Dictionnaire de l'Académie française*, 1798 г.) патуа фигурирует уже не как вульгарный, а как характерный региональный язык, принадлежащий какому-то определённом географическому региону или классу общества [10]. Интересно отметить, что в обиходном языке, согласно данным анкетирования, проведённого Аббатом Грегуаром (*abbé Grégoire*) в 1790-1791 гг., данный термин использовался для обозначения любого языкового средства общения кроме французского языка и имел пейоративную окраску [9].

В словарях же XIX в. патуа представляет собой не «деградировавшую» форму языка, а форму, которая больше

не употребляется в литературных целях. Замечания, касающиеся социальных классов, говорящих на патуа, становятся скорее описательными, нежели уничижительными. В определениях, где патуа описывается как грубая форма языка, теперь не ссылаются исключительно на говоры французских регионов. Согласно новому подходу, патуа больше не представляет собой активный или живой диалект, а то, что осталось от прежних форм языка [10]. Об этом этапе семантической эволюции слова «патуа» мы уже упоминали, когда рассматривали теоретический аспект нашего исследования.

Термин «патуа» активно использовался французскими лингвистами для обозначения французских говоров вплоть до середины XX в., когда он был практически вытеснен новым термином «региональный язык» и стал впоследствии фигурировать лишь как объект исследования диалектологии. Однако во второй половине XX в. термин «патуа» продолжает использоваться некоторыми учёными вместо термина «наречие» для обозначения местных или региональных разновидностей романских языков Франции [9].

По замечанию А. Вио, в XX в. у слова «патуа» сохраняется пейоративный оттенок значения. Так, например, в середине XX в., когда во Франции ещё продолжала проводиться языковая политика «культурного геноцида» в отношении местных форм французского языка, в департаменте Бретань, для населения которого родным языком исконно был бретонский, повсюду можно было увидеть таблички: «Запрещено плевать на землю и говорить на патуа» («Il est interdit de cracher par terre et de parler patois») [8].

В настоящее время наблюдается спад в употреблении термина «патуа» относительно романских языков Франции. В основном он используется применительно к окситанскому, бретонскому (выделяется отдельно), некоторым диалектам

группы *langue d'oïl*, а также диалектам французской Швейцарии, Бельгии и Италии (Валле-д'Аоста) [9].

Стоит отметить, что в наши дни значение слова «патуа» по-прежнему сохраняет негативную окраску, лишь изредка получая окраску положительную. Данное обстоятельство нашло своё отражение в 9-ом издании Словаря Французской Академии: «(...) ■ Par ext. P^éj. Langage pauvre et rustique, jargon incompréhensible» (...)» [3]; а также в «Новом французско-русском словаре» В.Г. Гака и К.А. Ганшиной: «(...) 2) пренебр. жаргон, корявая речь» [4].

В целом, можно подытожить, что в наши дни оба термина (и «диалект», и «патуа») употребляются с большой осторожностью. Так, по замечанию современного лингвиста и социолингвиста Ж. Леклерка (J. Leclerc), в речи современных французских политиков слово диалект употребляется всё реже и реже ввиду его архаичности, тогда как слово патуа практически исчезло из их лексикона, поскольку оно считается неполиткорректным из-за своей пейоративной семантики [8].

Литература

[1] Larousse.fr : encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne [Электронный ресурс]. URL: <http://www.larousse.fr/> (дата обращения: 01.02.2014).

[2] Будагов Р.А. Введение в науку о языке: Учебное пособие. — М.: Добросвет2000, 2003. — 544 с.

[3] Dictionnaire de l'Académie française, neuvième édition [Электронный ресурс]. — Nancy, CNRS-ATILF // Académie française, 1992-2014. URL: <http://atilf.atilf.fr/academie9.htm/> (дата обращения: 02.02.2014).

[4] Гак В.Г., Ганшина К.А. Новый французско-русский словарь. — М.: Русский язык, 1998. — 1174 с.

[5] Лингвистический энциклопедический словарь под ред. В.Н. Ярцевой. — М.: "Советская энциклопедия", 1990. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/index.html> (дата обращения: 01.02.2014).

[6] Бородина М.А. Диалекты или региональные языки? (К проблеме языковой ситуации в современной Франции). Вопросы языкознания. — М., 1982, № 5. — С. 29-38.

[7] Цыбова И.А. Французская лексикология. Изд. 2-е испр. и доп. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. — 224 с.

[8] Leclerc, Jacques. — Le français contemporain // L'aménagement linguistique dans le monde, Québec, TLFQ, Université Laval [Электронный ресурс]. Дата обновления: 22.03.2013. URL: http://www.axl.cefal.ulaval.ca/francophonie/HIST_FR_s9_Fr-contemporain.htm (дата обращения: 25.03.2014).

[9] Вио А. Региональный язык, говор и диалект во Франции: три связанных понятия // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2009. N 6(8) [Электронный ресурс]. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 02.02.2014).

[10] A. Kibbee, Douglas. — Le patois dans l'histoire de la langue française selon le dictionnaire de Littré. In: L'Information Grammaticale, N. 90, 2001. pp. 68-72.

Interchangeability of terms “dialect” and “patois”: to what extent is it justified?

Babanskaya A.C

Many Russian and French authors use widely in their research papers the terms “dialect” and “patois” to designate the same linguistic phenomena. In this article we consider the question to what extent the interchangeability of these terms is justified, as well as give the reasons for their synonymous use.

Территориальные варианты арабского литературного языка

Гаджиева М.М

На сегодняшний день число говорящих на арабском языке и его всевозможных диалектах составляет свыше 240 миллионов человек. Арабский язык подразумевает под собой литературный арабский и разговорный арабский.

Литературный арабский язык един для всех арабских стран. Он обеспечивает универсальную форму языка, которая может быть понята всеми и обычно используется в радиовещании и на телевидении, в поэзии, прозе и для коммуникации между арабговорящими людьми-носителями различных диалектов. Объединяющим фактором для развития общего литературного языка является ислам, так как язык священного Корана — это классический арабский язык. В то же время арабский литературный язык редко употребляется на уровне разговорной речи.

Разговорная форма арабского языка представляется нам местным диалектом, которая используется в повседневной сфере общения на семейном уровне, в области торговли, хозяйства и на улице. А также используется в устном народном творчестве.

Термин «разговорный арабский язык» является собирательным термином для диалектов всего арабского мира. Ввиду обособленного исторического развития многих арабских стран в них сложились свои собственные разговорные языки, то есть диалекты, отличающиеся от единого литературного языка и друг от друга рядом особенностей: лексических, грамматических и фонетических. Самое заметное диалектное разделение проходит между магрибскими диалектами (страны Северной Африки) и диалектами ближневосточного региона. Эти различия настолько сильны, что представители этих двух групп диалектов совершенно не понимают друг друга.

Главная особенность диалектов заключается в упрощении довольно сложной грамматики литературного арабского языка, а также в произношении некоторых звуков, в наполнении словарного состава.

Современные арабские диалекты можно разделить на две большие группы, опираясь на географическое положение стран:

- восточную (Машрик), которая состоит из четырех подгрупп: месопотамской, аравийской, центрально-арабской и египетско-суданской

- западную (Магриб).

Основные диалекты арабского языка, такие как иракский, египетский, сиро-палестинский, диалекты Северной Африки и Аравийского полуострова имеют свои выраженные признаки. Степень понимания между носителями разных диалектов достаточно субъективна. Естественно, она усиливается при контактах ближних соседей, и ослабевает при контактах далеких окраин арабского мира.

Выбор одной из форм языка определяется предметом речи или ситуацией общения. К примеру, одна форма используется для разговора о вещах серьезных, в официальных ситуациях, на важных переговорах, а вторая — во всех остальных. Также на взаимопонимание влияют условия и тематика беседы. Сугубо местная тематика, такая, как национальная кухня, быт, обычаи, то есть все то, что можно охарактеризовать местной лексикой и выражениями, ослабляет взаимопонимание и требует пояснений местных жителей. И наоборот, гораздо более высокую степень взаимопонимания обеспечивают культурные, политические темы, которые опираются на общелитературные выражения и лексику.

Государства Персидского залива в общем и Саудовская Аравия в частности всегда рассматривались как хранители арабо-мусульманских ценностей, традиций, обычаев и устоев. Именно поэтому СМИ этих стран, по большей мере, сохранили традиции употребления классического арабского языка.

С другой стороны, в силу исторических причин в некоторых арабских странах, например, в Египте, арабский язык находится под влиянием английского языка, поэтому довольно легко усваивает новые заимствования, а также

находится под большим влиянием языка западной (преимущественно англоязычной) прессы.

Примером магрибской группы диалектов может служить тунисский диалект, имеющий в своем лексическом составе значительное количество лексем, которые не имеют эквивалентов в диалектах стран Ближнего Востока, Персидского залива и в арабском литературном языке. Произошло это потому, что тунисский диалект длительное время испытывал на себе влияние французского и берберского языков.

Следует отметить, что в 30-40-х годах XX века в ряде арабских стран преобладали западноевропейские языки, а именно — английский и французский. Однако с начала 60-х годов XX века почти все арабские страны, получив независимость, брали курс на «арабизацию», что объяснялось стремлением к самостоятельности, независимости от бывших колониальных государств, к возрождению своей культуры и родного языка.

Но, как ни печально, во многих арабских странах с конца XX века и вплоть до сегодняшнего дня стала наблюдаться тенденция «отхода» от политики арабизации, особенно среди интеллигенции. Это вызвано глобализацией и развитием технологий.

Современную ситуацию в арабском мире можно охарактеризовать сложной динамикой: с одной стороны, заметно возрастает влияние западных языков, с другой — увеличивается «пропасть» между диалектами. В этой ситуации именно арабский литературный язык, единый для всех арабских стран, сможет сыграть решающую роль в объединении разрозненных языковых сообществ и в сохранении традиционной арабской и мусульманской культур.

Литература

- [1] Вашкевич Н.Н., Турчин В.И. Учебное пособие по речевой практике. Египетский диалект арабского языка. М.: 1975.
- [2] Жордания А.Г. Двухязычие (типа диглоссии) арабов Египта. Автореф. дис. на соиск. уч. ст. канд. филол. наук. Тбилиси: 1983.29.Завадовский Ю.Н. Арабские диалекты Магриба. М.: 1962.
- [3] Майбуров Н.А. Читаем и переводим арабскую газету. М.: 2001.
- [4] Лебедев В.Г., Тюрева Л.С. Практический курс арабского литературного языка. М.: 2005.
- [5] Хайрудинов Ф.З. Особенности развития и функционирования лексики современного египетского обиходно-разговорного языка. Дис. на соиск. уч. ст. канд. филол. наук. М.: 2000.
- [6] Шагаль В.Э. и др. Учебник арабского языка. М.: 1983.
- [7] Шагаль В.Э. Арабские страны: язык и общество. М.: 1998.
- [8] Баранов Х.К. Арабско-русский словарь. М.: 1996.
- [9] Завадовский Ю.Н. Тунисский диалект арабского языка. М.: 1979.
- [10] Ковтонюк В.В. Учебное пособие по практическому курсу арабского языка. М.: 2001.
- [11] <http://arabinform.com/>
- [12] <http://www.arabsky.biz/>

Фразеологизмы-эвфемизмы в экономическом дискурсе французских СМИ

Головчинер М. Д.

В данной статье рассматриваются фразеологизмы-эвфемизмы в экономических СМИ. Определяются их основные прагматические цели, функции и уровни реализации. Проанализированы примеры мифологизмов-эвфемизмов из экономических статей французских СМИ.

Рассмотрение фразеологизмов-эвфемизмов в экономических СМИ актуально, так как эвфемизм является

одним из наиболее распространенных средств, используемых в СМИ для достижения прагматических целей речевого воздействия. Существуют различные механизмы реализации эвфемизации в медиатекстах, и в данной статье будет рассмотрен один из них — фразеологизмы. Выбор для исследования экономической сферы СМИ объясняется тем, что сегодня уже невозможно представить повседневную жизнь без рассказа о последних новостях в экономике, без обзоров аналитиков и интервью с экспертами данной отрасли. А учитывая динамику последних экономических событий, произошедших в России, таких как санкции Евросоюза, экономический кризис, девальвация рубля, падение импорта, можно говорить об увеличении количества обсуждений и споров в медиапространстве.

Эвфемизмы — это слова или выражения нейтральные по смыслу, употребляемые для замены неуместных, неприличных или грубых слов или выражений. Б. А. Ларин считает, что в соответствии с семантической структурой эвфемизмы являются разновидностью тропа, например, метафоры, метонимии или синекдохи. По его мнению, цель эвфемизмов — прикрытие неприглядных явлений или нескромных мыслей, поступков...» [1]. По определению О. С. Ахмановой, «эвфемизм — это троп, состоящий в непрямом, прикрытом, вежливом, смягчающем обозначении какого-либо предмета или явления» [2]. Л. П. Крысин определяет эвфемизм как «способ, позволяющий обозначить предмет, свойство или явление перифрастическим или смягчающим образом» [3].

В дискурсе СМИ эвфемизм может быть определен как слово/ выражение, используемое вместо подразумеваемого слова/выражения, неприемлемого с прагматической точки зрения из-за излишней категоричности или прямолинейности данного сообщения с позиции автора, читателя или с позиции того, кого о ком идет речь в сообщении. Одной из прагматических целей использования эвфемизмов,

преследуемой журналистами в информационном пространстве, будет формирование общественного мнения, осуществляемого в ходе речевого воздействия, оказываемого на аудиторию. Журналисты могут их использовать, чтобы избежать негативной реакции аудитории.

Важно отметить, что для экономической сферы характерно использование узкоспециализированной терминологии, которая может быть непонятна или труднообъяснима читателю — не специалисту в данной области, что дает основание полагать, что эвфемизм может быть использован в данном случае для реализации следующих прагматических целей:

1) избежать использования экономических *терминов* для обеспечения наиболее полного понимания сообщения читателем;

2) описать сложные экономические *процессы*, происходящие в микро- и макроэкономике, доступным для читателя языком.

Таким образом, можно сформулировать две основные функции эвфемизмов в экономическом дискурсе СМИ: *адаптация* экономических терминов и описаний для читателей или *маскирование* негативной информации, когда эвфемизмы используются «с целью искажения или маскировки подлинной сущности обозначаемого» [4]. Такие эвфемизмы используются для снятия отрицательных коннотаций того или иного экономического понятия через замену нейтральными.

Учитывая, что в качестве эвфемизма может выступать как слово, так и выражение, можно сделать вывод о том, что эвфемизация может быть рассмотрена на уровне слова или высказывания. Это объясняется тем, что реализация ситуативной уместности речи зависит не только от номинативных единиц, но и от тем, затронутых в сообщении, и различных способов их реализации в речи. Такие способы могут варьироваться от замены одного слова до замены

целого предложения. Уровень реализации эвфемизма-слова можно также называть лексическим, а уровень эвфемизма-высказывания — речевым.

Фразеологизмы можно рассматривать, исходя из специфики их экспрессивной семантики, как один из способов реализации эвфемии в экономическом дискурсе СМИ. О.С. Ахманова определяет фразеологизм как «словосочетание, в котором семантическая монолитность (цельность номинации) довлеет над структурной раздельностью составляющих его элементов (выделение признаков предмета подчинено его целостному обозначению), вследствие чего оно функционирует в составе предложения как эквивалент отдельного слова» [2]. Идиоматический характер фразеологизмов, является основанием предполагать, что фразеологизмы могут выступать в функции эвфемизмов. Исходя из определения фразеологизмов, можно сделать вывод, что реализация фразеологизмов-эвфемизмов будет проявляться только на речевом уровне.

Рассмотрим некоторые примеры употребления фразеологизмов-эвфемизмов в экономических статьях французских СМИ.

A ce jour, Alibaba est confronté à huit «class actions» lancées par les actionnaires américains qui l'accusent de manque de transparence. Ont-ils saisi le géant chinois par son talon d'Achille ? [Le monde]

Употребление фразеологизма «Ахиллесова пята» имеет прагматической целью повлиять на формирование мнения читателя о данной компании, которая, очевидно, нарушила юридические нормы. Соответственно, можно говорить о маскирующей функции эвфемизма, которая используется для того, чтобы избежать негативной информации с точки зрения самого предмета сообщения (компания «Алибаба»).

Pour le Forum britannique anti-obésité, la Cour a «ouvert une boîte de Pandore pour tous les employeurs». [La parisienne]

В контексте статьи данное выражение означает, что решение суда признать людей, страдающих лишним весом, инвалидами, было опрометчиво и необдуманно и может иметь необратимые последствия для работодателей. Функция эвфемизма в данном случае направлена на маскирование негативной информации с точки зрения работодателей.

*Ce voyage intervient alors que la Grèce est en pleine négociation avec ses créanciers, l'UE et le FMI (Fonds monétaire international) et alors qu'Alexis Tsipras est taxé par certains analystes d'être **le cheval de Troie** de la Russie en Europe. [La parisienne]*

Здесь речь идет о визите премьер-министра Греции, Алексея Ципраса, в Россию — событие, которое вызвало

беспокойство в Европе, из-за того, что позиция Ципраса частично совпадает с позицией России. Маскирующая функция эвфемизма реализуется в пользу объекта сообщения, т.е. премьер-министра Греции.

*La phase 2 de la tangentielle Nord est reportée **aux calendes grecques** et les autres projets sont sous-financés. [Le parisien]*

Журналист пишет о том, что реализация крупного транспортного проекта в регионе Иль-де-Франс отложено, не уточняя при этом на какой именно срок (до греческих календ). Маскирующая функция эвфемизма реализуется в интересах читателя и объекта сообщения, т.е. самих строителей этого пути.

*L'Europe ne veut pas **passer sous les fourches caudines** de Tsipras. [Le parisien]*

Автор маскирует тот факт, что Европа не хочет принимать условия Ципраса по продлению программы помощи Греции. Соответственно, эвфемизация реализуется в отношении объекта сообщения, т.е. европейских стран.

Таким образом, из анализа рассмотренных эвфемизмов следует, что идиомы, связанные с античной историей и

мифологией, т.е. мифологизмы, являются одним из распространенных типов фразеологизмов, используемых в современных экономических СМИ. Журналисты используют их, чтобы избежать негативной реакции участников коммуникативного акта: самого объекта сообщения или читателя.

Итак, приходим к выводу, что мифологизмы как один из типов фразеологизмов-эвфемизмов создают эффект намеренного маскирования информации в отношении предмета сообщения или читательской аудитории. Такой прием называется приемом нарочито двусмысленной речи [5].

Литература

Ларин Б.А. История русского языка и общее языкознание: Избр. работы. М., 1997.

Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С.Ахманова. — 2-е изд., стер. М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004.

Крысин Л. П., Эвфемизмы современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985 1995). М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. С. 384

Арапова Н. С. Эвфемизмы// Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.

Москвин В.П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка. Изд. 4-е. М.: ЛЕНАНД, 2010. С. 167.

Phraseologisms-euphemisms in the economic discourse of the French media

Golovchiner M.D.

The article tells about phraseologisms-euphemisms in the economic papers. Their pragmatic goals, functions and their realization are described. Some examples of phraseologisms from the antic mythology used as euphemisms are given from the economic articles of French newspapers.

Стереотипные образы русских и России (по материалам электронных французских СМИ)

Гребнева А.В

В данной работе рассматривается понятие стереотипа с точки зрения гуманитарных наук и лингвистики, определяются языковые способы выражения стереотипов в отношении русских и России во франкоязычных СМИ.

Слово «стереотип» появилось в конце XVIII века, когда в большом ходу была печать многотиражной продукции, выполняемая при помощи специальной печатной формы-оттиска с аналогичным названием.

Но спустя столетие с развитием прессы, с появлением различных форм СМИ, становлением современного демократического общества появились и другие определения «стереотипа».

Теперь это слово широко используется, как относительно устойчивый и упрощенный образ социальной группы, человека, события или явления.

Актуальность работы обусловлена тем, что сегодня стереотип может быть рассмотрен одновременно как объект, так и инструмент исследования. Как объект он может оцениваться не только отрицательно, но и положительно; как инструмент он становится неотъемлемой составляющей межкультурного общения.

Целью работы является сопоставление образа русских и России в различных интернет-журналах и газетах, а также в комментариях к ним. Задачей является выявление языковых способов реализации стереотипных образов русских и России во французской национальной культуре.

Для достижения поставленной цели были рассмотрены материалы электронных французских СМИ, в которых французы высказывают мнение о русских и России: Le

Courrier de Russie, интернет-журнал Francissimo и комментарии пользователей к их публикациям.

«Национальный или национально-культурный стереотип» означает устойчивое, схематичное и эмоционально окрашенное мнение представителей одного народа о другом или о самом себе. [13;259]

Функционирующие в общественном сознании стереотипы воплощают в себе специфическое отражение ценностей, отношение к объекту, то есть его усредненное восприятие.

Среди множества функционирующих в общественном сознании национально-культурных стереотипов существуют как положительные, так и отрицательные. Можно предположить, что негативные стереотипы были ранее получены из неудачного общения и касаются отдельных личностей, отдельных «негативных» качеств представителей разных национальных культур. Нередко негативные национально-культурные стереотипы переносятся с конкретного человека на национальную культуру в целом, и характеризуются как «агрессивные». Подобная предубежденность, несомненно, оказывает влияние на взаимоотношения между представителями разных культур и может породить конфликтную ситуацию.

Но существование национально-культурных стереотипов на уровне общественного сознания несет в себе как отрицательный, так и положительный моменты. Отрицательный характер проявляется в следующем: национально-культурные стереотипы выступают в качестве барьера для беспрепятственного международного общения, они затрудняют взаимопонимание между национальными культурами, разобщают их и содействуют возникновению трений между ними, активно способствуют обособленности национально-культурных меньшинств. Положительный момент заключается в том, что стереотипы активно

способствуют сохранению духовной национальной культуры, независимо от ареала расселения и проживания.

Национально-культурные стереотипы обычно выражают мнение о наиболее ярких чертах той национальной культуры, о которой идет речь и не претендуют на исчерпывающую характеристику. Необходимо отметить, что, в большинстве своем национально-культурные стереотипы отражают не столько мнение отдельных лиц, сколько мнения, бытующие в определенных кругах или группах.

Так, например, образ русского человека в большинстве случаев ассоциируется у французов с чем-то негативным и неприятным. Так как знакомство с русскими началось во второй половине XX века после падения железного занавеса, когда сформировался в России средний класс, который финансово смог отправиться за границу, а это были далеко не всегда самые образованные и воспитанные люди, возможно именно поэтому французы до сих пор сохраняют этот отрицательный стереотипный образ русского народа и распространяют его на всех представителей России.

Но французы, которые сотрудничают с Россией или имеют русских друзей, пытаются создать иной образ нации.

В России наиболее содержательную работу по этническим стереотипам представил лингвист Л.П. Крысин. Он определил этностереотип как стандартное представление, имеющееся у большинства людей, составляющих тот или иной этнос, о людях, входящих в другой или в собственный этнос [21, 450].

И именно это определение и классификацию понятия «стереотипа» в дальнейшем будет основой работы, так как с лингвистической точки зрения его определение больше соответствует данной работе, и его классификация в полной мере может раскрыть данную тему.

Крысин выделял 7 языковых способов для выражения различных стереотипов:

- 1) слова, в свернутой форме содержащие оценку свойств другого этноса;
- 2) случаи переносного употребления этнонимов;
- 3) сравнительные обороты;
- 4) генетивные и атрибутивные сочетания;
- 5) кванторные слова;
- 6) модальные наречия и оценочные прилагательные;
- 7) импликатуры [21, 452-454].

Следует отметить, что большая часть статей и комментариев к статьям создают негативный образ русского человека и нации в целом.

Например, в большинстве комментариев к статьям французы писали, что все русские женщины зависят от мужчин на 100%; для нас русский — человек, который пьет весь день; в основном, русские — очень грубый народ; все русские люди такие злые!!; все женщины говорят, что каждый русский мужчина — лжец, дурак и манипулятор; все русские холодные и никогда не улыбаются; все русские женщины — материалистки.

Как можно заметить, во всех этих примерах используются кванторные слова для выражения различных стереотипов.

Следует отметить, что все эти комментарии были оставлены к статьям, напечатанным в интернет-журналах, иногда и самими пользователями. Большинство из этих пользователей создают образ русского человека на основе 2-3 встреч, или хуже того, вообще никогда не общавшись с представителями России. Они основываются на стереотипном мышлении, на поверхностном, случайном знакомстве или на чьем-либо мнении. Проанализировав эти примеры, можно сделать вывод, что обычные французы, не знакомые с "великой" русской культурой, видели в своей жизни так мало русских, что они оказываются в ситуации, когда они формируют образ человека на основе многовековых этностереотипов. И как мы видим, французы

часто с легкостью обобщают свой опыт общения с русскими на всех представителей нации.

Но не все французы создают себе отрицательный образ русского человека. Некоторые представители Франции, активно сотрудничающие с Россией, пытаются сформировать свой образ русского человека и России в целом.

Например, в тех же самых интернет-журналах и газетах, есть пользователи, которые активно общаются и дружат с русскими. И их комментарии противоположны первым.

Например, можно выделить комментарии с использованием использования генетивных и атрибутивных сочетаний: для полного счастья у человека должны быть американская зарплата, английский дом, французская кухня и РУССКАЯ ЖЕНА. То есть русские девушки для французов — идеальный образ жены.

С лингвистической точки зрения, можно отметить, что Крысин выделил 7 способов для выражения стереотипов, но обзор лингвистического материала показывает, что на практике используются далеко не все. В ходе анализа текстов газетных статей СМИ и комментариев к ним было установлено, что самым распространенными языковыми средствами, влияющими на формирование этнических стереотипов и отношение к определенной стране или нации, являются кванторные слова и модальные наречия. Все остальные способы непродуктивны.

Таким образом, в настоящем исследовании был проведен не только анализ теоретических работ, посвященных теории понятия стереотипа, но и предпринята попытка изучения и анализа особенностей языковых средств, с помощью которых стереотипы реализуются в коммуникации, в статьях периодических изданий и в комментариях к ним.

Литература

- [1] Уолтер Л. Общественное мнение. Москва: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 547 с.
- [2] JAHODA M. Stereotype: a Dictionary of the Social Sciences. London, 1964. 935 p.
- [3] MORFAUX L.-M. Stéréotype : Vocabulaire de la philosophie et des sciences humaines. Paris, 1980. 168 p.
- [4] FISCHER G.-N. Les Concepts fondamentaux de la psychologie sociale. Dunod, 1996. 317 p.
- [5] Хардинг Д. Международная энциклопедия социальных наук. Москва, 1968. 448 с.
- [6] STROEBE W. Stereotyping and Prejudice. Paris, 1989. 274 p.
- [7] LEYENS J.-P. Stéréotypes et cognition sociale. Paris, 1994. 347 p.
- [8] Осипов Г. Современный социологический словарь. Москва, 2010. 593 с.
- [9] Патнэм Х. Философия сознания. Москва, 2013. 363 с.
- [10] AMOSSY R. Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype. Nathan, 1991. 431 p.
- [11] Вилинбахова Е. Л. «Стереотип в лингвистике: объект или инструмент исследования».- М., 2012.
- [12] Бартмицкий Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике: [пер. с польского]. Москва, 2005. 253 с.
- [13] Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. Екатеринбург, 2003. 573 с.

Stereotypes of Russia and Russian in on-line French editions

Grebneva A.V.

At this research the notion of stereotype in social sciences and linguistics is examined. The linguistic methods of expression of stereotypes of Russia and Russian people in on-line French editions are determined.

Особенности клише и штампов во французском деловом письме

Гурова А.В.

В данной статье рассматриваются характерные черты клише и штампов французских деловых писем. Указаны особенности их перевода на русский язык по модели эквивалентности А.Д.Швейцера.

Данной проблемой занимались такие ученые, как Э.Партридж, В.Г.Гак, Ю.И.Львин, А.Д.Швейцер, А.И.Казанцев и другие.

Актуальность данной проблемы состоит в том, что, чтобы правильно писать деловые письма, нужно знать не только особенности официально-делового стиля речи, но и структуру и правила составления самого письма. При переводе деловых писем важно учитывать как соответствующие языковые особенности, так и культурные.

В публицистических текстах, в разговорной речи и в текстах официально-делового стиля, в том числе в деловых письмах, очень часто используются разнообразные клише и штампы. Тексты официально-делового стиля подчиняются определенным правилам и нормам, что обязывает автора такого текста использовать различные формулы, клише. Это использование можно считать вполне оправданным, поскольку такие фразы помогают экономить время и удобно и быстро обмениваться информацией. [1, с. 5]

Нужно уметь правильно подобрать клише при составлении письма и не путать их со штампами. Специалисты указывают на то, что штамп имеет свой определенный стилистический оттенок, что штамп производит противоположный клише стилистический эффект. Понятием «штамп» называют стереотипные словосочетания, которые приводят к отрицательному эффекту, а «клише» — к положительному. Поэтому

употребление штампов в речи, особенно в деловой, является нежелательным. [2, с.180] Во французском языке русский термин «штамп» не имеет полного эквивалента и переводится словом *cliché*. [1, с. 6]

Следует отметить, что в деловом письме стереотипные выражения можно определенно охарактеризовать, как клише, так как деловое письмо чаще всего призвано произвести положительный эффект.

При переводе клише следует учитывать прежде всего культурные особенности языка, на который переводят. Ученый-лингвист А.Д.Швейцер предлагает модель уровней эквивалентности перевода, в которую входят синтаксический, семантический и прагматический уровни [1, с. 13]:

8) На синтаксическом уровне перевод идет с сохранением синтаксического инварианта [1, с.13] (Nous avons appris de source sûre que... — Мы узнали из достоверного источника, что...; Dans ces circonstances, il est indispensable que... — В данных обстоятельствах необходимо...) [3].

9) Семантический эквивалент при переводе предполагает применение большого количества трансформаций [1, с.14], например, Cependant, nous remarquerons que... — Однако, мы хотели бы заметить, что.... [3] В данном примере мы видим замену слова *remarquerons* словосочетанием *хотели бы заметить*. *Veillez nous communiquer...* — Просим сообщить нам... — в этом примере мы наблюдаем замену 2 лица глагола *veillez* на 1 лицо глагола *просим*.

10) Прагматический уровень является самым важным, так как в нем учитываются факторы, необходимые для коммуникации: установка на получателя, межкультурные различия, коммуникативный эффект и другие. [1, с.14] *Nous avons l'honneur de vous communiquer que...* — Сообщаем вам, что... [4] При переводе данного

примера с французского языка на русский, мы учитываем специфику русской культуры. Мы могли бы перевести данную фразу таким образом: Мы имеем честь сообщить вам, что... Но при таком переводе, фраза бы казалась нарочито вежливой, что расценивалось бы в русской культуре как насмешка. Рассмотрим примеры клише, которые употребляются для завершения делового письма: *Nous vous prions d'agréer l'expression de nos sentiments les meilleurs...* или *Nous vous adressons nos salutations distinguées*. Оба этих примера на русский язык мы переведем, как «С уважением», так как фразы «Мы просим вас принять выражение наших наилучших пожеланий» или «Мы посылаем вам наше глубокое уважение» казались бы слишком высокомерными для русского письма. Поэтому, чтобы избежать подобного рода ошибок, необходимо, в первую очередь, знать особенности менталитета и культуры, на язык которой осуществляется перевод, то есть больше внимания уделять прагматическим эквивалентам.

В результате исследования определенных черт клише и штампов, мы пришли к выводу, что в деловом письме следует употреблять клише и избегать штампов. При переводе французских клише на русский язык необходимо обращать особое внимание на прагматический аспект перевода, чтобы добиться результата, ожидаемого от делового письма.

Литература

[1] Казанцев А.И. «Особенности перевода клише и штампов официально-делового языка (на материале французского языка)» — Изд-во Челябинск, 2002

[2] Наимова Е.А. «Лингвостилистические особенности делового письма»

[3] <http://denisschool.livejournal.com/13464.html>

[4] http://french-films.my1.ru/publ/teksty_na_francuzskom_jazyke/francuzskij_delovoj_jazyk/klishe_i_shtampy_delovoj_perepiski/29-1-0-718

The features of clichés in the French business correspondence

Gurova Anastasya

This article is devoted to the problems of clichés in the French business correspondence. Some features of their translation into Russian according to Alexander Schweitzer's equivalence model are considered in the article.

Особенности французской дружеской интернет-переписки

Гурова А.В.

В данной статье рассматривается проблема французской разговорной речи и французского интернет-языка и их взаимного влияния. Рассмотрены особенности разговорной речи французского языка и особенности интернет-общения. Предлагается анализ примеров дружеской интернет-переписки.

В данной статье рассматривается проблема разговорной речи и французского интернет-языка и их взаимного влияния, которой занимались такие ученые и писатели, как Е.Н. Ширяев, Л.К.Граудина, Г.Н. Трофимова, А.А. Зализняк, И.Л. Микаелян, Франсуа де Клозе.

Актуальность исследуемой темы заключается в том, что при любой переписке, в том числе дружеской, незнание норм и правил разговорной речи в той стране, где находится адресат, может привести к непониманию и даже к разрыву отношений. К тому же, в эпоху компьютерных технологий существуют широкие возможности общения. Для того, чтобы общение было успешным, необходимо знать не только литературные нормы языка и особенности разговорной речи, но и особенности языка в интернете.

В связи с выбранной проблематикой нами были поставлены следующие задачи: определение особенностей интернет-общения на французском языке; определение

особенностей французской разговорной речи; исследование особенностей употребления сленга в молодежной переписке.

Сегодня интернет стал неотъемлемой частью жизни, и часто именно с его помощью в основном происходит общение. Особенности интернет-общения являются анонимность, добровольность, затрудненность выражения эмоций, необходимость соблюдения этикета и широкий круг общения. [1] Электронное общение — это соединение двух форм речи: письменной и устной, и образованный на этой основе текст приобретает иную, особую, природу. Чаще всего электронный текст передает разговорную речь на письме, в связи с чем исследователями вводится новый термин — «письменное произношение» (Г.Н. Трофимова). Таким образом, формируется особый язык — язык интернет-общения. [2]

Огромную роль в становлении интернет-языка играет разговорная речь. Разговорная речь обычно определяется как разновидность литературного языка, реализующегося в устной форме при непосредственном контакте партнеров в непринужденной обстановке. Однако утверждение о том, что разговорная речь реализуется только в устной форме, не совсем правильно. Люди обмениваются различными сообщениями в интернете, которые обладают всеми особенностями разговорной речи: неподготовленность, спонтанность, экономия речевых средств и так далее. А, следовательно, в построении предложений и выборе лексики могут быть отклонения с точки зрения кодифицированных норм языка.

Язык, используемый в дружеской интернет-переписке, в большей степени популярен среди молодежи. Рассмотрим некоторые его особенности:

1) Две или более буквы в сокращенном слове заменяются на одну, транскрипция которой соответствует транскрипции замененных букв. Например, k = qu (ki=qui) ; o

= au (ossi=aussi) ; v = ve (avc = avec) ; t = ter или tes (HT = acheter).

2) В словах кибер языка не печатаются буквы, которые не произносятся во французском языке (кроме h). Например, pti = petit.

3) Довольно широко используются слова разговорной лексики. Например, мес, gosse.

4) Редко используются апострофы. Например, je taime = je t'aime. [4]

5) Для нашего исследования нами были выбраны всемирно известная социальная сеть — facebook и сайт www.italki.com.

6) Рассмотрим примеры из дружеской переписки и отражение в ней перечисленных выше особенностей французского языка в интернете:

7) – *en vrai j'ai trop les yeux ki partent en couille haha* (En vrai j'ai trop les yeux **qui** partent en 255couille) — в данном комментарии присутствует замена буквосочетания «qu» на «к»: употребляется *ki* вместо *qui*. Словосочетание *partir en 255couille* словарь АБВУУ Lingvo определяет как разговорную лексику, и на русский язык оно переводится, как *не добиться успеха, растратить по-пустому силы*.

8) *Bon anniv' l'ancien !!! Jspr que tt va bien chez toi, à bientôt.* (Bon **anniversaire** l'ancien !!! J'espère que **tout** va bien chez toi, à bientôt.) Данный пример представляет собой дружеское поздравление с днем рождения. Можно заметить некоторые сокращения: *anniv'* (вместо anniversaire), *jspr* (вместо j'espère) — опущение апострофа, *tt* (вместо tout).

9) *Même mnt jprefère brandao mdr* (Même **maintenant je préfère** brandao mdr.) — в одной фразе мы видим сразу несколько особенностей интернет-переписки: сокращения *mnt* (вместо maintenant); опущение апострофа — *jprefère* (вместо j'prefère); так любимое французами *mdr* (mort de rire — французский вариант американского lol — laughing out loud).

10) Просматривая комментарии на фейсбуке к фотографиям, можно наглядно увидеть, как часто французы используют обращение *mec*:

- *Meeeeeeeeeeeeec !!! Mais t'es tout maigre !!!*

Il est où l'objectif quintal là ??

- *mec ça me fait mal ! j'espère atteindre l'objectif à 40ans.*

La tête du mec sur le toboggan !!!!!

В данной статье были рассмотрены особенности французского интернет-языка и французской интернет-переписки. Был предложен анализ использования разговорной лексики в дружеской переписке. Выявлены приведены примеры сокращения слов, замены нескольких букв одной, опущения апострофов, замены слога цифрой, употребления заимствований из английского языка.

Литература

[1] <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/4978-2012-11-25-09-31-25>

[2] http://diaghilev.perm.ru/poste_perm/p31aa1.html

[3] <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=64430>

[4] http://www.rusnauka.com/1_NIO_2013/Philologia/0_120737.doc.htm

Peculiarities of French friendly internet correspondence

Gurova A.

This article is devoted to the problems of an informal conversation, an internet language in French and their mutual influence. We considered some features of the French informal conversation and of the internet communication with suggesting an analysis of examples of friend's internet correspondence.

Место английского языка в лингвистической политике и системе образования Индонезии

Гусева Ю.П.

Целью данного исследования является определение места английского языка в языковой политике и системе образования Индонезии, а также выявление степени влияния, оказываемого английским языком на индонезийский.

Сегодня в мировом сообществе остро стоит вопрос национальной и этнической идентичности. Республика Индонезия — яркий тому пример. После нескольких веков под гнетом различных колонизаторов страна, в конечном итоге, приобрела независимость. В новообразованной стране язык явился практически единственным маркером идентичности. В данном случае индонезийский язык является ярким примером искусственного языка, сформированного на одном из многочисленных миноритарных языков и ставшего национальным. Для сохранения единства полиэтнической страны было выбрано такое направление языковой политики, которое, с одной стороны, не ставило никакой из народов в привилегированное положение по отношению к другим, и, с другой стороны, не зависело от других стран, то есть вместо того, чтобы просто сделать национальным какой-либо из существующих языков, было принято решение создать свой собственный, показав, таким образом, национальную идентичность новой страны.

Индонезийский язык — это, по сути, нормализованный и признанный официальным вариант малайского языка. Этот язык был разработан по образцу эсперанто: простой, с малым количеством исключений, если речь не идет о различных диалектах. Этот язык, с одной стороны, близкий со всеми языками на территории Индонезии, и, с другой стороны, не принадлежит ни к какой-либо конкретной группе. Этот язык

считается “нейтральным” для всех языков на территории Индонезии. Так как он не связан с какой-либо конкретной этнической группой, это лингвистическое явление послужило символом национального единства. При большом языковом разнообразии в стране, официальный индонезийский язык позволил преодолеть барьеры непонимания. Более того, это единственный язык для общения на всем архипелаге.

Что касается вклада иностранцев — то это можно проследить по многочисленным контактам жителей архипелага с внешним миром. В индонезийский язык пришло много иностранной лексики (около 40%) из других языков австронезийской семьи, в особенности из яванского, сунданского и мадурского. Исследования этимологии заимствованных слов в индонезийском языке отражают его исторический и социальный контекст. Примерами являются ранние заимствования из санскрита, вероятно, в период Шривиджая, заимствования из арабского и персидского языков во время установления ислама, а также из голландского в колониальный период. Следует также добавить в этот список несколько других языков, которые обогатили лексикон индонезийского языка: португальский, хинди, бенгальский, японский, латинский и французский. Сегодня большинство новых слов приходит в основном из английского языка. [1]

Несмотря на тот факт, что индонезийский язык незыблемо сохраняет позицию национального языка и *lingua franca*, английский язык также укрепил свою позицию в качестве первого иностранного языка, который изучают, начиная с первого класса первой ступени среднего образования. Также более заметной, особенно в больших городах, становится тенденция обучать детей английскому языку на более ранних ступенях обучения: в начальной школе или даже в детском саду. [2;142-146]

Но, несмотря на все усилия, предпринятые в сфере образования, результат остается неудовлетворительный. Среди выпускников индонезийских вузов найдется немного тех, кто сможет участвовать в акте коммуникации, проходящем на английском языке, на достойном уровне. Это связано с трудностями в обучении, общими с некоторыми другими странами, где английский преподается как иностранный.

Даже несмотря на то, что в Индонезии официально английский язык преподается на протяжении всего школьного образования и далее в университете, уровень владения этим языком среди учеников старшей школы и выпускников университетов остается низким. Только дети семей, принадлежащих к среднему и высшему социальным классам, способны позволить себе возможность улучшить свой английский язык по сравнению со своими сверстниками, используя такие дополнительные средства, как частные курсы, систему автоматизированного обучения языку, западное телевидение, зарубежные фильмы и интернет-переписка с носителями языка. Стоимость восьми занятий на курсах английского языка колеблется от 20 до 100 долларов США, тогда как средняя ежемесячная зарплата составляет, в среднем, от 60 до 100 долларов США. [2] Из вышеприведенных данных становится очевидным, что социально-экономическое расслоение общества в Индонезии также сыграло немаловажную роль в сфере образования и, в частности, в изучении английского языка.

За пределами образовательной и профессиональной сфер английский язык в качестве *lingua franca* практически не использовался населением. И все же, наблюдается постоянный рост говорящих на разном уровне английского, колеблющемся от ломаного до практически как родного, особенно среди молодежи, выходцев из городских семей не ниже среднего класса. Вдохновленная своими кумирами с западного телевидения, молодежь Индонезии пытается

использовать хоть какие-то обрывки английских фраз, чтобы подчеркнуть городской стиль жизни. Этот социолингвистический маркер может послужить линией раздела между различными слоями общества.

Со времен провозглашения независимости в 1945 г. в Индонезии уже 6 раз менялся подход к преподаванию английского языка и, соответственно, учебные планы. В течение действия всех шести Учебных планов преподаватели английского языка сталкивались с четырьмя основными проблемами: количество обучающихся, нехватка материальных средств, социально-политическая среда и направление политики и учебный план.

Глобальное распространение английского языка продолжается с конца XX века и по сегодняшний день. Если дальнейшее распространение английского языка — это один из аспектов социолингвистического баланса сил, относительно молодая и развивающаяся Индонезия не имеет другого выбора, кроме как выучить его, чтобы быть конкурентоспособной на мировой арене.

Нынешний статус английского языка как глобального укрепляется его широким применением в ряде областей, таких как политика, дипломатия, международная торговля и производство, наука, информационные технологии, образование, масс медиа, массовая культура и другие. Например, Дэвид Кристал предполагает, что важность английского языка напрямую зависит от той роли, которую он играет в следующих областях: экономика и бизнес, международные отношения, масс медиа, образование, общение, международные путешествия и безопасность.

Эти факторы, а также большое количество людей, говорящих на английском языке, могут стать весомым аргументом при доказательстве его принадлежности к особому статусу в Индонезии. По мнению многих английский язык может использоваться в разных сферах для достижения ряда важных целей:

1. как средство для международной коммуникации практически во всех сферах жизнедеятельности;
2. в качестве посредника, через которого передавалось бы знания о научных открытиях и новых технологиях для последующего выхода на мировую арену;
3. как источник новых слов для обогащения и модернизации словаря индонезийского языка;
4. для более глубокого познания англоговорящих наций, их литературы, культуры, или для расширения собственных горизонтов. [3]

Однако, официально признаны, санкционированы и упомянуты в законах только два первых аргумента. На практике статус английского языка в Индонезии ограничен лишь функцией служить на благо развития страны, а его потенциальные возможности показать все многообразие культуры англоязычных стран были умышленно исключены.

Политика поддержки развития индонезийского языка такова, что английский язык должен играть в ней незначительную роль и в процессе словообразования должен идти после самого индонезийского языка, с присущими ему процессами, и заимствований из местных наречий.

Сложность языковой политики Индонезии заключается в том, что приходится иметь дело с мультикультурным и мультязычным сообществом. Английский язык с его мировым статусом и ролью в функционировании государства, в особенности в сфере образования, в Индонезии занимает место в третьей из трех основных группах языков: собственно индонезийский язык, местные наречия и иностранные языки.

Существует множество способов группировки иностранных языков, например, в какой области тот или иной язык используется в первую очередь, будь то сферой повседневного общения, образования, политики или масс медиа. Английский язык занимает особый статус среди иностранных языков. Он был избран как средство

международной коммуникации непосредственно после обретения Индонезией независимости, и на данный момент является единственным иностранным языком, обязательным для изучения в школе. Остальные языки (французский, китайский или японский) изучаются факультативно.

Необходимость в английском языке как средстве международной коммуникации существует в отношениях дополнительной дистрибуции с индонезийским языком, исполняющем роль гаранта национального единства. В Индонезии, успех национального языка, развитого от самых зачатков до того уровня, который удовлетворил коммуникационные потребности современного общества, был достигнут ценой отказа от внедрения английского языка.

В политических кругах Индонезии английский язык никогда не признавался ни официальным, ни вторым государственным языком. Когда как национальный язык используется большинством населения, ситуация в стране, в основном, мультилингвальная, так как помимо индонезийского языка, также существует большое количество местных наречий.

В то время как власти Индонезии преуспели в пропаганде и распространении индонезийского языка как национального, что демонстрируется большим числом людей, ныне использующих его в повседневной жизни, продвижение английского языка для международной коммуникации не было столь успешным, так как большинство людей все еще менее чем адекватно им владеет. Даже высокообразованная интеллигенция часто может произвести плохое впечатление, представляя материалы на английском или ограничиваясь лишь индонезийскими источниками, будучи не в состоянии обратиться к научным работам на английском языке. Это очевидное препятствие, и если политику по продвижению индонезийского языка можно считать успешной, то насчет английского языка пока так сказать нельзя.

С самого начала индонезийский язык был очень динамичным, готовым абсорбировать заимствования и создавать неологизмы. В отличие от тех слов, которые были заимствованы уже достаточно давно, чтобы ассимилироваться с индонезийской орфографией, многие сегодняшние заимствования переходят без изменений, либо в укороченной форме. Это правило касается также и спортивной тематики. Аналогичным образом были взяты много новых слов по тематике информационных технологий. В конечном счете, сам термин *IT* перешел в индонезийский как *TI*, от *information technology* к *teknologi informasi*: иностранные слова заимствуются, орфография и порядок слов адаптируется к индонезийской грамматике. Подобная активность заимствования замечается и в сфере индустрии музыки и развлечений.

Несмотря на большое количество английских заимствований, перешедших без изменения значения, в индонезийском языке, все же, есть и “ложные друзья переводчика”. Самое большое количество ошибок со словом *air* [*a'ir*], которое на самом деле значит *water*. Также обстоит дело и с *rumah*, часто переводимого как *house/home*, вместо *room*. Комната по-индонезийски — *kamar*, возможно произошедшее от того же корня, что и *chamber*.

Seksi произошло не от *sexu*, но от *section*, первое значение *mesin* — *engine*, *karat* — это не *carrot*, но *rusty*, а *mister*, кроме случаев насмешливого приветствия иностранцев “*Helo mister*”, обозначает *ruler* (от *measure*). *Pabrik* переводится как *factory* (ближе к латинским корням), но не *fabric*. В публичных местах (автобусы, уличное граффити, надписи на одежде) можно встретить слово *piss* — индонезийский вариант написания английского *peace*. А если кто-то будет приветствовать вас “*Halo bos!*”, используя английское слово *boss*, значит вас приветствуют в дружеском, неформальном стиле. [4]

В Индонезии, хоть английский язык и не имеет широкого применения в обществе, не используется в качестве средства общения в таких официальных областях, как управляющая, судебная или образовательная, и не имеет никакого особого статуса в законодательстве страны, но, все-таки, по-прежнему является приоритетным и одним из самых престижных преподаваемых иностранных языков. На примере данной страны трудно обобщить социальные функции английского языка. В Индонезии его роль определена скорее средствами процессов языкового планирования, нежели лингвистической эволюцией.

Литература

[1] Sneddon J.N. The Indonesian language: its history and role in modern society. UNSW Press. (2003).

[2] Раймонд Джуниор Пардамеан, Ю.П. Гусева «Система образования Индонезии», сборник научных статей по итогам конференции-семинара «Организация профильного обучения в системе общего среднего образования в зарубежных странах», 23 октября 2013 года, М.: РУДН.

[3] Crystal, D. English as a Global Language, (2nd Ed.). Cambridge: Cambridge University Press. 2003.

[4] Ivana Amerl. English borrowings in Indonesian. MED Magazine №38, May 2006.

[5] Москвичева С.А. Языки и границы: языковая политика на постсоветском пространстве. М. 2012. 230 с.

The place of English in language policy and educational system of Indonesia

Guseva J.P

The purpose of this research is to define the place of English in language policy and the education system in Indonesia, as well as to determine the degree of influence exerted by the English into Indonesian.

Как обогатить словарный запас?

Зиновьева Е., Рожелюк А., Воротилкина Д.

Словарный запас (лексикон) играет большую роль в нашей жизни. Благодаря большому набору слов, которыми владеет человек, мы можем более точно передать наши мысли, чувства и донести информацию до собеседника. Поэтому необходимо постоянно пополнять свой лексикон. В своей работе мы расскажем, как это сделать.

Умён ты или глуп,
Велик ты или мал,
Не знаем мы,
Пока ты слово не сказал!

Согласитесь, каждому из нас хочется, чтобы слово, произнесённое нами, говорило о нашем уме и значимости. Это желание особенно обостряется, если речь идёт о каких-то деловых контактах человека, где так важно (для создания репутации, карьерного роста, успеха переговоров) создать о себе благоприятное впечатление. Словарный запас человека является немаловажной составляющей речевого портрета, а значит, и деловой характеристики.

О том, насколько богат наш язык, каким должен быть словарный запас человека и как его увеличить, и пойдет наш с вами разговор.

Никто не может точно ответить на вопрос, сколько слов в русском языке. В однотоном толковом словаре русского языка С. И. Ожегова — более 60 тысяч слов, а в Большом академическом более 200 тысяч слов, и это не считая профессиональных терминов, а ведь каждый из вас знает, кроме того, много слов, непонятных тем, кто работает в другой области. А ещё слова жаргонные или нецензурные, которые не включаются в нормативные словари; слова, распространённые только в вашей местности, семье или в

вашей компании. Вот почему специалисты способны назвать только порядок, но не точное число.

А сколько слов в словарном запасе человека? В нашем повседневном общении — дома, на работе, в магазине — мы используем совсем немного слов: тысячу — полторы тысячи. Лексикон любого человека включает в себя лишь малую часть слов, которые присутствуют в языке. По подсчетам, наши языковые возможности ограничиваются примерно 3000 слов. Такие показатели вряд ли помогут среднестатистическому человеку выразить свои мысли в полной мере. Именно поэтому нам необходимо постоянно работать над собой, стремясь к увеличению словарного запаса.

Словарный запас каждого из нас делится на пассивный и активный. Активный — это те слова, которые мы используем сами в речи и письме. Пассивный — слова, которые мы узнаем при чтении и прослушивании, но не используем сами. Следует уделять внимание в первую очередь расширению активного словарного запаса. Специалисты установили, что его рост происходит всю жизнь со средней скоростью — одно слово в неделю[1]. Согласитесь, это не очень быстро. Многие озабочены поисками гениального, решающего все проблемы одним махом способа расширения словарного запаса. Способы запоминания новых слов, описанные в этой статье, не могут претендовать на титул волшебной палочки, но все же они работают. Вот самые эффективные из них:

1. Общайтесь, ведь во время разговора вы пополняете свой словарный запас из арсенала собеседника.

2. Главное средство расширения активного словарного запаса — много читать. Выбирайте книги, где используется много непривычной для вас лексики, но в то же время старайтесь, чтобы язык выбранного произведения не был чрезмерно усложненным или архаичным. При чтении важно

произносить вслух отдельные фразы и обороты. Старайтесь проговаривать самые интересные и увлекательные эпизоды.

3. Читайте вслух небольшой по объему текст, а затем пересказывайте (а лучше переписывайте) его по памяти. Сравните словарь исходного текста и вашего пересказа. Проверьте, какие слова вы пропустили. Если их значение вам уже знакомо — значит, они входят в ваш пассивный запас. Если нет — их можно выучить.

4. Уделите внимание пословицам и поговоркам. Запишите те из них, где встречаются новые или непривычные для вас слова. Сопоставьте эти пословицы с ситуациями из своей жизни. Придумайте, как бы вы могли их применить в тех или иных случаях, и, если представится возможность употребить новое выражение, воспользуйтесь им. Если вы изучаете иностранный язык, смотрите фильмы без перевода, но с субтитрами на языке оригинала. Повторяйте реплики персонажей, стараясь уловить интонацию и контекст сказанного.

5. Играть со словами: кроссворды, "балда", даже банальный поиск слов помогут вам обогатить словарный запас.

6. Вы всегда помните намного больше слов, чем используете в речи. А значит, нужно не только учить новую лексику, но и активировать уже усвоенную, поэтому возьмите любой небольшой текст и постарайтесь как можно больше слов в нем заменить синонимами так, чтобы смысл от этого не пострадал. Напишите столько вариантов, сколько получится. Также можно заменять слова антонимами, избегая использования частицы «не».

7. Выбрав несколько десятков слов, которые вы обычно не используете в речи, составьте связный текст, в который будут входить они все. Постарайтесь мысленно представить только что сочиненные события. 8. Возьмите любую книгу. Выберите слово, которое вы знаете, но не используете в речи. Пролистайте книгу от начала до конца и найдите все

фразы, в которых использовано это слово. Повторите вслух каждую фразу.

Помимо всех вышеперечисленных методов существуют также упражнения, помогающие преобразовывать слова из пассивного запаса в активный. Например, так называемое упражнение "монофон"... Необходимо придумать небольшую историю, имеющую смысл, все слова которой начинались бы с одной буквы. Или же можно придумывать истории, которые состоят из каких-либо одинаковых частей речи: только существительных, только глаголов. Благодаря такой методике человек вспоминает всевозможные синонимы к привычным для его обычной речи словам и, тем самым, обогащает свой лексикон. (интернет — проект "О нас" [2]).

Интересен тот факт, что "словарный запас растет с практически постоянной скоростью примерно до 20 лет, после чего скорость его набора уменьшается, сходя на "нет" к 45 годам. После этого возраста словарный запас уже практически не меняется" [3]. Из этого следует вывод: нужно стараться расширить свой лексикон в молодом возрасте. Поздно начинать это делать человеку пожилому. Мы дали вам очень эффективную "инструкцию" по обогащению словарного запаса. Результат зависит только от вас. И как сказал Р. Рождественский: "Любите свой родной язык, гордитесь им и помните, что лишнего словарного запаса не бывает!"

Литература

- [1] <http://www.matito.ru/voprosy-i-otvety/obuchenie/183-k..> автор статьи Данилова Татьяна
- [2] <http://www.kakprosto.ru/kak-11102-kak-popolnit-svoy-s..>
- [3] Григорий Головин "Словарный запас человека. Исследование. источник www.myvocab.info/articles/slovarniy-zapas-nosi.

How to improve your vocabulary?

Zinovieva E., Rozhelyuk A., Vorotilkina D.

Vocabulary (lexicons) plays a large role in our life. Commanding a large vocabulary, which is known by people, we can communicate our thoughts, feelings exactly. That's why it's necessary always to improve vocabulary. In our work we will say to you how to do it.

Фонетические различия высокого и разговорного стилей в современном французском языке

Костеева Д.Ю.

Статья посвящена особенностям французского высокого и разговорного стилей произношения; в ней показано, что в определенных речевых ситуациях одни и те же слова и фразы могут обретать различное звуковое оформление. Знание фонетических особенностей каждого стиля необходимо для того, чтобы правильно преподнести информацию в конкретной ситуации и быть понятым.

Каждый день человек выражает свои мысли с помощью звучащих или письменных знаков. С фонетической точки зрения реальная речь состоит из очень большого числа звуков, имеющих конкретные артикуляционные различия. С изучением звуков тесно связано изучение и других явлений: ударения, слога, интонации.

Речь каждого человека обретает различное звуковое оформление в зависимости от того, в какой обстановке и при каких обстоятельствах он находится, с какими людьми говорит и какую информацию хочет донести. Определенная ситуация требует от человека соответствующего языкового поведения. Все эти факторы обуславливают стиль речи говорящего. Можно разграничить два основных произносительных стиля:

1) Высокий стиль (стиль официальной речи, торжественных докладов, публичных выступлений, стиль политики и «белых воротничков»)

2) Разговорный стиль (стиль повседневного общения, непринужденной беседы)

Для высокого стиля речи характерно, во-первых, обязательное и строгое соблюдение орфоэпической нормы. Общенациональная произносительная французская норма создавалась в течение многих столетий. Она постепенно совершенствовалась и преобразовывалась, став, в конечном итоге, организованной произносительной системой, которая является сейчас нормой не только в Париже, но признается образцовой также и во всей Франции. [1]

Во-вторых, внутри синтагмы, т. е. там, где нет перерыва в речевой цепочке, делают всегда все возможные голосовые связывания и сцепления. В официальной речи наблюдается гораздо большее количество сцеплений и связываний, чем в разговорном стиле. Однако стоит отметить, что сейчас не делают того количества связываний, которое делали около двадцати лет тому назад. [2]

Как показал анализ фрагментов речи Ф.Олланда (от 31 марта 2014 года), перечисленные фонетические особенности высокого стиля речи наглядно отражаются в современном французском языке. Кроме того, следует отметить довольно медленный темп речи президента Франции, четкую дикцию и очень напряженную и энергичную артикуляцию. Все эти фонетические особенности способствуют достижению главной цели оратора — быть не только услышанным, но и понятым всем и каждым.

Основным выделительным приемом в речи Франсуа Олланда выступают многочисленные паузы, способствующие расстановке верных акцентов и выделению особенно важных слов и фраз. Например, чтобы подчеркнуть положительные характеристики коллектива, возглавляемого новым премьер-министром, президент Франции делает

паузы между произнесением слов *resserrée, / cohérente / et soudée* во фразе «*Ce sera une équipe resserrée, cohérente et soudée*». С целью сделать акцент на отдельных фразах и словах также используется выделительное ударение.

Таким образом, в выступлении Франсуа Олланда выдержаны все нормы высокого стиля речи. Его обращение, с фонетической точки зрения, можно считать образцом орфоэпической нормы; в его речи соблюдены все фонетические правила и нормы современного французского языка, что делает ее максимально понятной и благозвучной.

Разговорный стиль речи, в отличие от высокого, следует меньшему количеству правил и зачастую пренебрегает принятой фонетической нормой. Стремление к речевой экономии и упрощению произношения приводит к заметному изменению звучания.

На основе анализа диалогов, происходящих в разных повседневных речевых ситуациях, можно выделить некоторые фонетические особенности разговорного стиля речи. Одна из них — частое выпадение «е» беглого (*j(e) vais à la maison; beaucoup d(e) travail*), что ярко противопоставляет разговорный стиль высокому, где отсутствует выпадение беглого «е», кроме тех случаев, где оно считается нормативным, например: *le redress(e)ment, ce s(e)ra*. Выпадение «е» беглого в некоторых случаях приводит к ассимиляции согласных: *j'ai dit qu(e) j'ai étai prise, quand j(e) pense*. Здесь выпадение «е» провоцирует регрессивную ассимиляцию: в первом случае [к] влияет на [з], в результате чего [к] озвончается; во втором случае [р] влияет на [з].

Для разговорной речи также характерно упрощение групп согласных: выпадение *r, l* в группах неделимых согласных на конце слов (*aut' chose* вместо *autre chose*), опущение *ne* в отрицании (*j'ai pas peur*), произношение некоторых конечных согласных в тех случаях, где они обычно не произносятся (*le cinq mai, le but*), пренебрежение

обязательными связками и опущение факультативных (*pa' encore* вместо *pas encore*). [3]

Разговорный стиль, в целом, отличается меньшей четкостью произношения и быстрым темпом речи. Его характерной особенностью является обилие восклицательных и вопросительных интонаций, что наиболее ярко помогает выразить эмоции говорящего.

Высокий и разговорный стили речи во французском языке резко отличаются друг от друга. Если высокий стиль стремится передать все звуковые особенности языка четко и полно, то разговорный стиль, наоборот, имеет тенденцию к максимальному сокращению и упрощению. Высокий стиль обязательно придерживается орфоэпической нормы, разговорный — нередко ею пренебрегает.

Каждый из стилей имеет ряд своих индивидуальных произносительных особенностей, которые важно знать, чтобы правильно преподнести информацию в конкретной ситуации и быть понятым.

Литература

[1] Щерба Л.В. Фонетика французского языка: Учеб. пособие. — М.: Высш. школа, 1963. — 308 с., ил.

[2] Рапанович А.Н. Фонетика французского языка: Учеб. пособие. — М.: Высш. школа, 1973. — 291 с., ил.

[3] Москвичева С.А., Нелюбова Н.Ю. Теоретическая фонетика французского языка: учебно-методическое пособие. — Москва: РУДН, 2014. — 48с.

[4] Зиндер Л.Р. Общая фонетика: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Высш. школа, 1979. — 312 с., ил.

[5] Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. М.: Наука, 1974. С. 141–146

Phonetic differences of official and colloquial styles in French

Kosteeva D.Y.

The article is devoted to peculiarities of official and colloquial styles in French. It shows that the same words and phrases can have different pronunciation in different situations. It is very important to know all these peculiarities of phonetics to speak correctly and to be understood by others.

Аргентинские гаучо

Кужим К.С.

«...при всех различиях, начинающихся на уровне каждого отдельного носителя испанского языка, есть нечто, что заслуживает названия испанский язык, что объединяет всех его носителей, что дает им возможность понимать друг друга — несмотря на разделяющие их географические расстояния, различия в социальном происхождении и в образовании, а также и дистанцию во времени, которая может исчисляться веками» [2].

Для Латинской Америки таким «готовым материалом» послучил испанский язык, завезенный некогда испанскими завоевателями.

Как пишет М.И. Былинкина в «Смысловых особенностях испанского языка Аргентины», «национальный язык есть продукт исторического развития определенного общества, становящегося нацией, язык конкистадоров, естественно, не мог не претерпеть изменений за истекшие четыре с лишним столетия и не отразить особенностей формирования каждой из латиноамериканских наций».[1]

В аргентинском варианте испанского языка, особенно в разговорном, фиксируется ряд особенностей в грамматике, фонетике, лексике и стилистике. Но не все перечисленные языковые сферы были затронуты изменениями в одинаковой мере.

Например, фонетические и грамматические изменения, можно сказать, незначительны, в то время, как в лексике и стилистике просматриваются очень яркие особенности, отражающие развитие национальной аргентинской культуры

— материальной и духовной, и придающие испанскому языку Аргентины своеобразие.

По мнению М.И. Былинкиной, с лингвистической точки зрения, благодаря лексическим новшествам испанского языка Аргентины, его можно считать «национальной «разновидностью испанского языка» со своей спецификой, которая в свою очередь подтверждает самобытность аргентинской культуры, ныне отличной от своей прародительницы — культуры пиренейско-испанской» [1].

Язык и традиции гаучо являются неотъемлемой частью культуры Аргентины. Они сыграли важную роль во многих исторических событиях, наложив отпечаток и на историю латиноамериканского континента в целом.

Так кто же такие гаучо? Гаучо — это не только этнос, сформировавшийся в XVII-XVIII веках в степных районах нынешней Аргентины и части нынешнего Уругвая; это и профессиональная группа. Гаучо — это «пастух, скотовод, который всю жизнь проводит в седле. Его обязанности — охранять стада и наблюдать за приплодом, а потом забивать скот и разделывать туши» [2].

Термин «гаучо» — приблизительный эквивалент североамериканского слова «ковбой», появился в XVIII веке. Он приобрёл популярность в XIX веке и сейчас чаще всего используется, когда речь идёт о данных временах. Есть несколько гипотез о происхождении термина гаучо. По одной из них он происходит из языка кечуа, где слово «huachu» означает «сирота», «бродячий». Согласно другой гипотезе термин произошёл от арабского «chaicho» (вид кнута, который использовался при выпасе животных). В языке андалусийских цыган также есть родственное слово «gacho», которое означает крестьянина.

Гаучо появились в XVI—XVII веках от браков испанцев с местными индейскими женщинами (племена тупи, гуарани и др.).

В 1-ой половине XIX века большинство аргентинских гаучо поддерживало партию федералистов и её вождя Хуана-Мануэля Росаса. До Росаса и при нем, гаучо были свободными людьми, проводившим жизнь в седле среди полудиких стад. Но когда в 1852 году к власти пришли противники Хуана Росаса и начали претворять в жизнь свою программу, в которой развитие сельского хозяйства Аргентины основывалось на политике массовой иммиграции, положение гаучо изменилось к худшему. У них стало не хватать денег для покупки земли, они скитались по стране. А новый закон против бродяг сделал из гаучо постоянными правонарушителями. Их стали преследовать, грабить, сажать в тюрьмы и посылать в пограничные отряды.

Гаучо обычно описывают так: длинные волосы ниже плеч, лицо, чёрное от ветра, в фетровой шляпе, в широких брюках из одного куска ткани, в кожаных сапогах со шпорами, с длинным острым ножом за спиной. Они худые, сильные и подвижные, преимущественно молчаливые. Наибольшими ценностями у гаучо считались верность, храбрость и гостеприимство. Они были искусными наездниками и без коня переставали быть гаучо.

Они ели практически любое мясо, кроме конины, собак и кошек. Обычно мясо жарили — такое блюдо называлось асадо. Также частью рациона гаучо была кукурузная каша локро. Сейчас оба этих блюда входят в состав традиционной аргентинской кухни. Традиционным напитком гаучо были чай мате и алкогольный женевер.

«В основе «языка гаучо» лежит андалузский диалект испанского языка. Его характерные черты проявляются и в фонетике, и в морфологии, и в лексике».[2]

Некоторые особенности языка гаучо:

Постановка ударения в словах у гаучо не соответствует правилам постановки ударения в кастильском варианте испанского языка. (máiz, óido, riunión);

Во многих словах у гаучо просматривается замена гласных. (вместо policía у гаучо polecía, вместо seguro-siguro);

Наблюдается взаимная перестановка звуков или слогов в словах на почве ассимиляции или диссимиляции.(naide — nadie);

Что касается согласных, в языке гаучо встречаются упрощения. Одна из, согласных, стоящая рядом с другой согласной, выпадает. (obtener- otener, doctor- cotor, conducta-conducta)

Также встречаются замены согласных букв (refalar, jusil, juncióñ)

Иногда отпадают интервокальные согласные (расположенные между двумя гласными), или согласные, стоящие на конце слова (burlar- burlao, matar- matao, tempestar- tempestá)

Литература стран Латинской Америки, существующая в основном на испанском и португальском языках, сформировалась в процессе взаимодействия двух различных богатых культурных традиций — европейской и индейской.

Выдающимися художественными произведениями про гаучо можно назвать:

- «Англичанин, собирающий кости», «Романс об одном гаучо» Бенито Линч («El ingles de los huesos», «El romance de un gaучо» Benito Lynch)

- «Война гаучо» Леопольдо Лугонес («La guerra gaucha» Leopoldo Lugones)

- «Дон Сегундо Сомбра» Рикардо Гуиральдес («Don Segundo Sombra» Ricardo Guiraldes)

«Но главным выразителем самосознания гаучо стал выдающийся аргентинский поэт Хосе Эрнандес (1834–1886), автор поэмы «Мартин Фьерро» (первая часть — 1872 г., вторая — 1879 г.) — своего рода национального эпоса, отразившего многие черты и психологического типа

аргентинского крестьянина — гаучо, и жизни всего этого этноса на бескрайних просторах пампы» [2].

Хотя миграция населения, распространение образования и современных средств коммуникации и другие факторы способствовали тому, что язык гаучо все больше приближался к нормам испанского языка аргентинцев в его разговорной разновидности, «искусство гаучо, и посвященные этим людям произведения прозы навсегда остались в культурном сознании аргентинцев, и уже как культурное явление, как часть национальной мифологии, язык гаучо, очевидно, будет существовать еще долго» [2].

Литература

[1] Былинкина М.И. Смысловые особенности испанского языка Аргентины/М.И. Былинкина; М.: Наука, 1969.-202с.

[2] Садиков А.В. Испанский язык сквозь призму лексики: Лексикология испанского языка. — М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2014. — С. 106-116

Argentinean gauchos

Kuzhim K.S.

Технология написания стихотворений

Кузнецова О.

Поэтический талант есть у каждого, а ежедневные занятия позволяют свободно писать стихи на любые темы. Исследование было направлено на изучение технологии написания стихотворений.

Считается, что проблема стихосложения очень актуальна. Не найдется человека, который за всю жизнь не взял в руки перо и не попытался написать маленькое стихотворения... Но часто, столкнувшись с неудачей в первый раз, мы откладываем бумагу и ручку и ставим на себе

крест, считая, что это не для нас, что мы не то что не дотягиваем до Александра Сергеевича Пушкина, но и до простого среднестатистического поэта, публикующегося в пабликах, в социальных сетях...

Талант к стихосложению можно развить так же, как и любой другой, для этого существует несколько простых упражнений, при ежедневном выполнении которых вы сможете писать, а в дополнение к этому ваш словарный запас увеличится, фразы станут более красивыми и ритмичными, вас станет интересно слушать и читать.

Упражнения:

Для того чтобы писать стихотворения, нам нужно чувствовать ритм, уметь подбирать рифму, а так же для привлечения читателя нужно использовать яркие средства языка, которые будут оказывать на него влияние, а также. У каждого автора есть свой стиль, над которым тоже придется поработать.

Итак, упражнение 1 — «Детское стихотворение»

Задача упражнения — развить чувство ритма. Напишите первую строчку, которая придет в голову, и продолжайте стихотворения, добавляя к первой строчке все, что приходит в голову.

Иду по полю и пишу
Что видел наглуую лису,
Что был недавно я в лесу,
Что я вчера точил косу
И с бабушкой доил козу....

Задача — выдержать рифму и один и тот же размер как можно дольше. Не нужно гнаться за смыслом — это всего лишь упражнение, которое помогает развить словарную гибкость, чувство рифмы и размера.

Упражнение 2 — «Как Гуро»

Смысл упражнения — научиться подбирать рифму к словам. Напишите любое слово (начинающим стоит начать

со слов, которые заканчиваются на Я и А, поскольку к ним легче подобрать рифму) и попробуйте подобрать к нему как можно больше рифм.

Я
Тебя
Любя
Кричала
Все сначала?
- от причала,
Отвечала
За себя...

Как только почувствуете, что упражнение становится для вас простым, начинайте использовать редкие и сложные слова, а также попробуйте внести смысл в стихотворение. Старайтесь быть изобретательнее.

Упражнение 3 — «От классики до наших дней»

Упражнение для выработки стиля. Существует правило изобретателей: чтобы создать что-то свое, нужно посмотреть, что сделали до тебя; эта аксиома действительна и для поэтов, чтобы создать свой неповторимый стиль, стоит сначала потренироваться на чьем-то. И так, упражнение состоит в том, чтобы взять стихотворение какого-нибудь автора и под каждой строчкой " правильного" стихотворения, нужно написать свой стих (строчку), выдерживая стиль и ритм поэта.

Она ложила мне картошку и наливала мне компот,
ТортЫ мне подавала к чаю и дОговор на подписанье.
Я вмазал ей, теперь не ложит — кладет,
И русский появился в расписанье...

Упражнение 4 — «Я написал вам строки о...»

Задача: используя полученные навыки, начать творить на темы? которые вам близки с использованием выразительных средств языка.

Вы выбираете тему, по которой будете писать и записываете ассоциативный ряд через запятую, далее пользуясь полученными в ходе работы по упражнениям навыками, начинаете создавать произведение, выдерживая ритм и рифму.

Например, вы решили писать о войне. Ваш ряд: кричащие слезы, боль в океане глаз, тихий шепот патронов.

Я видел кричащие слезы из океана боли,
И тихий шепот патронов насвистывал мне стихи,
И в касках смеялись фашисты — мерзкие, грязные тролли,
А мы лежали в засаде на берегу реки...

Также существует версия о том, что есть некая схема, по которой пишутся стихотворения. И действительно, после проведенного анализа классики, можно утверждать, что есть некий «скелет», который используют авторы.

Кто и что делает (иногда возможно условие времени и места).

Образ — сравнение, эпитеты и т.п.

Уточнение — что и как, зачем, почему или дополнительное действие. Но стоит отметить, что писать по схемам не лучшее решение для поэта, но для того, чтобы начать свой творческий путь, этот метод вполне подходит.

Также писателю важно не только писать, но и чтобы его читали, для этого следует соблюдать свод неписаных правил, которые излагаются ниже.

1. Не нужно много водных конструкций, пишите то, что хотите сказать, старайтесь в первой строчке изложить нечто цельное, что может заинтересовать читателя. Первая строчка — это ваша реклама.

2. Не отвлекайте читателя от темы. Даже если вы еще не определились, о чем вы пишете или ваша тема абстрактна. Старайтесь написать нечто цельное. Закройте глаза и представьте общее впечатление от того, что вы сотворили. Уберите лишнее, добавьте недостающее.

3. Старайтесь не допускать пустых и проходящих строк. Если все-таки они появляются, отложите стихотворение и вернитесь к нему через какое-то время. Отредактируйте. Лучший критик — это сам автор, потому что только он знает, что он хотел сказать своим стихотворением. Не позволяйте этому замечательному помощнику сидеть без дела.

4. Если вы пишете классическое стихотворение, проверьте все ли в нем понятно среднестатистическому читателю, ибо не один человек не любит быть глупым, а это значит, что читающий должен понимать текст, чтобы интересоваться им. Перечитайте ваше творение через несколько дней, возможно, вам захочется убрать или заменить какие-либо слишком резкие, противоречивые или нелогичные элементы.

5. Помните, что у вас в качестве «изюминки» стихотворения. Сохраняйте и не искажайте её. Старайтесь, чтобы остальной текст был на службе у вашей идеи.

6. Вовремя говорите себе стоп. Чем длиннее стихотворение, тем меньше читателей соизволят его прочесть.

7. Дописывайте до конца. Даже когда рифма не идет. Лучше потратить больше времени, но придумать достойную рифму, чем испортить хорошее впечатление от стихотворения. Возможно, последняя фраза станет восклицательным знаком и символически подытожит вышесказанное. Удачное и меткое завершение приводит читателя в восторг

8. Нельзя нарушать ритм стихотворения. Даже один лишний слог может погубить всю мелодию произведения.

9. Не стоит жертвовать смыслом и идеей в угоду замысловатым фразам

10. Писать стихи только в ожидании результата недопустимо. Творчество — это не результат, а процесс, и

каждое его мгновение должно доставлять удовольствие и способствовать литературному развитию автора.

11. Обязательно выкладываетесь эмоционально, если вы не испытываете никаких эмоций при списании, то чего же требовать от читателя?

12. Для того чтобы стихотворение было действительно поэтичным, следует избегать таких тривиальных приемов рифмовки, как слезы — грезы, роза — заноза, небеса — чудеса, открыть — покрыть. Новичкам также не следует использовать неточны рифмы.

13. И последнее правило — не надо никому подражать, даже любимым авторам, начинайте вырабатывать свой стиль с самого начала творчества.

Считается, что каждый человек может быть поэтом, но для этого нужно постоянно совершенствоваться и развиваться в направлении стихосложения. Ежедневные упражнения дают результат уже через несколько недель. Был проведен опыт, в котором участвовали люди, ранее не писавшие стихи. После двухнедельных каждодневных тренировок, они смогли рифмовать любые слова, речь стала более яркой и ритмичной, словарный запас увеличился, они пишут стихи, которые начали получать известность в пабликах, работа послужила начальным толчком для юных поэтов. Считаем, что изучение данной темы может раскрыть множество талантов и её изучение принесет большое культурное наследие страны.

The technology of writing poems

Kuznetsova O.

Poetic talent is there for everyone, and daily classes allow free writing poems on any topic.

Библеизмы в прессе стран Латинской Америки

Куликова Л.Л.

Не секрет, что испанская колонизация стран Латинской Америки, начатая еще в XV веке и продлившаяся вплоть до XIX века, оставила глубокий след, как и в латиноамериканской культуре в целом, так и в жизни людей в частности. До сих пор не угасают споры по вопросу о том, являлось ли столь активное вмешательство в уклад жизни латиноамериканцев положительным или же, с точностью до наоборот, нарушило важные культурные аспекты и привело к невосполнимым потерям культурного наследия. Несмотря на то, что в большинстве своем ученые сходятся во мнении, что испанская Конкиста оказала пагубное влияние на латиноамериканскую культуру, нельзя отрицать тот факт, что католическая церковь сыграла важную роль в формировании культуры данных стран.

Начиная с XVI века, католическая церковь является неотъемлемой и очень важной составляющей жизни латиноамериканских обществ. Их национальные культуры, социальные структуры, политические традиции, системы образования испытали сильнейшее католическое влияние. Завоевание Нового Света испанцами и португальцами шло под лозунгом необходимости обращения аборигенов в истинную веру.

До сих пор католическая церковь не потеряла своей весомости в латиноамериканском обществе и играет важную роль в жизнях многих жителей ряда латиноамериканских стран. В Латинской Америке проживает почти половина католиков мира.

Традиции католичества утвердились на местной почве и стали частью национального самосознания латиноамериканских народов, их духовной культуры и общественной жизни. А поскольку религии свойственно

проникать не в одну общественную сферу деятельности, а сразу в несколько (если не во все), то нельзя преуменьшать роль католицизма в таком важном общественном явлении, как периодика. Периодика и церковь всегда были тесно связаны, поскольку ранее газеты «редактировались и издавались представителями церкви или научного мира»[2], что обуславливало проникновение специфической лексики в читательские массы. Таким образом, передаются новые, ранее неизвестные для местных жителей, образы и реалии, присущие католической вере. С течением времени церковь перестает контролировать выпуск газет и отдаляется от мира периодики, ограничиваясь лишь выпуском газет исключительно религиозного характера. Но, несмотря на это, церковный вокабуляр, уже вошедший в ежедневное употребление, плотно укоренился в газетах и активно использовался авторами различных статей для придания их трудам красочности и эмоциональности.

Использование именно Библии как источника вдохновения было обусловлено тем, что несколько столетий назад в домах довольно часто была только одна-единственная книга и этой книгой являлась Библия. И именно многократное прочтение этой священной книги способствовало быстрому вхождению в жизнь испанцев новых речевых оборотов, которые помогали в полной мере выразить себя или описать ситуацию. Также стоит отметить многообразие образов в католической вере, предпосылками к которым служат фразеологические единицы библейского происхождения.

Целью данной работы было выявление закономерностей использования слов библейского характера в периодических изданиях ряда стран Латинской Америки. Неспроста были выбраны издания таких стран, как Аргентина, Венесуэла, Эквадор и Чили. Основой этой селекции послужил интернет-опрос, проведенный среди

людей, считающих себя приверженцами католической церкви.

Благодаря интернет-опросу, проведенному на базе сайта, занимающегося вопросами распространения католической религии по всему миру, был составлен рейтинг стран, в которых на сегодняшний день процент приверженцев католической церкви наиболее высок. В опросе изначально приняли участие более 150 стран (в число которых вошли страны Центральной Европы, Африки, Азии, Латинской Америки и даже Ближнего Востока). Для данного же исследования было выделено 20 стран, в которых проживает самое большое количество католиков, и именно это послужило причиной выбора Аргентины, Венесуэлы, Эквадора и Чили объектами наиболее пристального исследования.

После отбора стран, представляющих наибольший интерес для исследования, с точки зрения распространения католической религии в них, были рассмотрены печатные издания каждой из вышеперечисленных стран на предмет выявления использования фразеологических единиц библейского происхождения. В данной работе библеизмы представлены в четырех группах. Условно все фразеологические единицы были разбиты на:

- библеизмы-анимализмы: *“el chivo expiatorio”* (козел отпущения), *“las palomas de la paz”* (голубь мира), *“Agnus Dei”* (Агнец Божий).

- библеизмы-референты событий: *“arrojar la primera piedra”* (бросить первый камень), *“soportar / llevar la cruz”* (нести свой крест), *“juicio final”* (Страшный Суд), *“la Ultima Cena”* (Последний Ужин), *“Las Diez Plagas Bíblicas”* (Десять Казней Египетских), *“los últimos serán los primeros”* (последние станут первыми), *“Apocalipsis”* (Конец Света).

- библеизмы — топонимы: “*el Edén*” (Эдем), “*Torre de Babel*” (Вавилонская Башня), “*Sodoma y Gomorra*” (Содом и Гоморра).

- библеизмы-деноминативы (среди которых часто встречаются библеизмы с использованием имен): *Jesucristo* (Иисус Христос), *el Diablo* (Дьявол), *Caín* (Каин).

Подобная классификация помогает рассмотреть процесс распространения фразеологических единиц в периодике с большей эффективностью и на ее же основе становится более простым получение результатов проведенных исследований.

Также в данной работе неоднократно затрагивается тема актуальности данных образов и влияния католицизма на представителей стран Латинской Америки.

Литература

[1] Biblia Católica / <http://www.bibliacatolica.com.br/la-biblia-de-jerusalen>

[2] Сбруев В.В. Становление периодической печати Испанской Америки / Москва, Латинская Америка №8, 2005 — с.62-70

[3] Электронные версии газет “Labrador”, “.El Comercio”, “El Nacional”, “El Mundo”, “El Universal”, “Tal Cual”, “El Popular”, “Hoухoy”, “INFOnews”, “El Mercurio”, “La Hora”, “La Tercera”, “Metro”, “Ultimas Norticias”

Biblicisms in the press of Latin America

Kulikova L.L.

Некоторые особенности лингвокультурной традиции Вьетнама (на примере имени)

Ву Ван Куен

Цель исследования: дать общую лингвокультурологическую характеристику одного из аспектов лингвокультуры — «вьетнамского имени».

1) Как вьетнамцы выбирают имена

Порядок вьетнамского имени: в отличие от русских вьетнамское имя имеет другой и неизменный порядок:

Фамилия + Отчество + Имя (Ф.О.И)

Здесь отчеством можно назвать «второстепенное имя» потому, что это отчество не берут из имени отца — как у русских, а родители сами выбирают те отчества, которые они считают красивыми.

Если говорить об истории имянаречения, то например, при феодализме каждому рождающемуся мальчику обязательно давали отчество «Ван» в отличие от девочек, которым давали отчество «Тхи». Но сейчас эта традиция не соблюдается, Вьетнамцы считают эти отчества не красивыми. В настоящее время родители стараются подбирать своим детям сочетание имени с отчеством, которое обозначает красоту, доброту, могущество, силу, и также было бы звучащим. Например: Тхиен Лонг (Небесный Дракон), Мань Тханг (Победа),

Имя всегда имело огромное значение во Вьетнаме. В прошлом была и такая традиция: родители считали что если у ребенка некрасивое имя, он будет быстро и хорошо расти. Кроме того, злые духи не могут украсть дитя если у него нехорошее имя. До сих пор существует верование, что имя произнесенное вслух, дает власть злым духам. Поэтому Вьетнамцы давали своим детям имена, которые обозначают плохое значение. Например: Чо (Собака), Кун (щенок), или Хим (для девочек)...

По этой причине, на юге Вьетнама в общественных местах детей часто называют по порядку рождения. Например, Чи-хай, Ань-ба (Вторая дочь, Третий сын) и т.д.

Более того, при выборе имени, родители стараются избегать использования имён предков и близких людей (дяди, тёти, бабушки, дедушки, и т.д.). Если имя детей и имя предков совпадают, это будет говорить о неуважении к предкам.

2) Имена в обычном общении у вьетнамцев

В первую очередь при знакомстве если иностранцы, в частности русские, называют свое имя и отчество, то вьетнамцы считают такую поспешность неловкой и больше рассчитывают на безмолвное признание своих заслуг. Они крайне редко возможно, по причине своей внутренней скромности представляются первыми, делая это лишь по предварительной просьбе.

К вьетнамцам следует обращаться «господин», «госпожа», «брат», «сестра» и т.д. до тех пор, пока они сами не попросят перейти на имена. И делают они это совсем не так легко, как иностранцы. Даже если вы получили разрешение называть своего друга по имени, в присутствии третьего лица крайне важно по-прежнему называть его "господин", "госпожа". Если этому правилу не следовать, это может быть воспринято как свидетельство крайней интимности в ваших с ним отношениях или даже как снисходительное отношение старшего к младшему.

Однако с развитием экономики вьетнамские компании сейчас чаще сотрудничают с международными компаниями. Поэтому при знакомстве уже было принято называть своё имя. Как и в других странах вьетнамская молодежь тоже называют своё имя после пожатия руки.

Вьетнамские имена состоят из семейного имени (аналог русской фамилии), и имени индивидуального или данного при рождении. По фамилиям во Вьетнаме называть друг друга не принято, за исключением самых близких друзей. При

обращении следует употреблять последнее индивидуальное имя с обязательным «господин», «госпожа», «дядя», «тётя» и т.д.

Как исключение из этого правила у вьетнамцев существует старинная традиция называть своих возлюбленных вождей полным именем. Официальных и правительственных лиц предпочтительней называть по их титулу, например, господин Доктор, господин Лейтенант и т.д.

Таким образом, имянаречение во вьетнамской культурной традиции имеет свою специфику. Функционирование имени отражает реалии вьетнамской лингвокультуры.

Some features of linguocultural tradition in Vietnam (based on name)

Vu Van Quyen

Образ воина — победителя в песнях войны

Лихачева А.А.

За все время существования Земли человек всегда нуждался в стимуле, в некой движущей силе. И музыка была ее неотъемлемой частью. Особенно во время фронтовых сражений и войн. Общеизвестный факт, что, услышав знакомые, родные мотивы, солдаты невольно чувствуют в себе особые патриотические настроения, которые прочными нитями связывают их со своими корнями. И тогда уже в их сердце не остается места страху и отчаянию. Великая отечественная война не стала исключением. Бойцы, сражавшиеся за страну, без колебаний шли под пули, потому что песни придавали им ту уверенность и энергию, которая им была необходима, чтобы победить врага.

«Музыка удваивает, утраивает армию. С распущенными знаменами и громогласной музыкой взял я Измаил», — эти слова великого фельдмаршала А. В. Суворова подчеркивают исключительное значение, которое придавали музыке в армии выдающиеся русские полководцы.

На протяжении многих столетий в России развивались и совершенствовались различные формы военной музыки — от боевой солдатской песни до походного марша.

Подлинный расцвет массовой песни в нашей стране наступил в 30-е годы, период довоенных пятилеток. Выдвинулось много новых талантливых песенников — И. Дунаевский, В. Захаров, А. Новиков, М. Блантер, К. Листов и др., написавшие много хороших песен о Родине, счастливой жизни советских людей, их патриотизме, дружбе и любви. Песня стала звучать с экранов звукового кино, появившегося у нас в начале 30-х годов, с концертных залов, ее широко пропагандировали с помощью радио и граммофонной пластинки. [1], [37]

Композиторы и поэты, отвечая на запросы армейской массы, создавали песни отдельных родов оружия — песни пехотинцев, артиллеристов, танкистов, летчиков, моряков.

Лучшие военные песни 30-х годов служили прямым продолжением песенного наследия гражданской войны и революционного подполья. Мелодические обороты, типичные для старой русской народной песни — особенно рабочей и солдатской — сочетались в советских песнях с ярко проявляющимися чертами нового. Среди новых военных песен преобладал тип мужественной песни-марша, в котором задушевно-лирическая русская мелодия, тесно связанная с народно-интонационными истоками, как бы усилена и обострена упругой, подчеркнуто-акцентированной ритмикой. Яркие примеры такого рода — «По долинам и по взгорьям», «Коннармейская», «От края и до края» (из оперы «Тихий Дон» Дзержинского) и ряд других.[2, 232]

Именно благодаря этому в первые же дни Великой отечественной войны солдатская песня была взята «на вооружение» воинами нашей армии. Родные напевы звучали в эшелонах, отправлявшихся на запад, гремели в грузовиках, мчавшихся к фронту, в солдатских землянках и на привалах.

Война резко усилила роль военной песни в жизни нашей армии и народа. Песня служила, наряду с устной и печатной политической агитацией, сильнейшим средством воспитания воинских масс. Песня усиливала чувство боевой сплоченности, напоминая воинам об их священном патриотическом долге, укрепляя в них чувство любви и преданности к социалистической Родине. [3, 45]

В эти дни, когда вся жизнь страны перестраивалась на военный лад, когда все помыслы советских людей на фронте и в тылу были подчинены интересам победы над врагом, не оставались в стороне и деятели нашего музыкального искусства. Почти не было композитора, который не посвятил бы своих произведений Советской Армии, ее славным героям. Многие композиторы-песенники ушли на фронт, где близко сдружились с солдатской массой, работая в армейских и флотских ансамблях и Домах Советской Армии.

Некоторые лучшие песни военного периода были созданы в самые первые дни войны, как непосредственный патриотический отклик на грозные события. Так песня А. В. Александрова на слова В. Лебедева-Кумача «Священная война» уже в конце июня 1941 года исполнялась артистами Краснознаменного Ансамбля на московских вокзалах при отправке воинских эшелонов на фронт.

Ведущей темой военной песни в эти годы становится тема всеобщего сплочения сил страны для отпора врагу. Песня воспитывает в бойцах жажду подвига, ненависть к врагам человечества, фашистским поджигателям войны. Вся армия с воодушевлением пела такие замечательные боевые песни, как «Священная война». Широко были подхвачены «Песня защитников Москвы» Б. Мокроусова на слова А.

Суркова, партизанская песня «Ой туманы мои, растуманы» В. Захарова на слова М. Исаковского.

Лучшей песней тех лет, своеобразной «музыкальной эмблемой» Великой Отечественной войны была «Священная война» Александрова и Лебедева-Кумача. Ярко эмоциональная волнующая мелодия этой песни и пламенные призывные стихи воодушевляли воинов, вселяли в них мужество, стремление к борьбе. Песня звучала повсюду: и как концертное произведение — в солдатских ансамблях, и как бытовой напев, и как боевая походная песня.

Буквально в тот же день песни зазвучали и на радио. Для одних война — это тягостные и кровавые воспоминания, для других — великая история великой страны. Но, невозможно найти таких людей, которые, услышав главную песню Великой Отечественной Войны «Священная война», остались бы равнодушными. Впервые эта песня была исполнена на Белорусском вокзале, откуда уходили на фронт эшелоны. Именно с этого дня этой песне предстоит пройти великий путь песни, любимой всеми, которая заставляет подняться с колен, и, несмотря ни на что, идти и сражаться с врагом. Эта композиция напоминает нам о небывалом мужестве советских солдат.

Было бы несправедливо не упомянуть одну из самых ярких и по сей день любимых военных композиций — песню «Катюша». Несмотря на то, что написана она была в конце 30-х годов, когда страна еще даже не могла помыслить о войне. «Катюша» олицетворяла все самое лучшее в жизни — все то, что пытался разрушить беспощадный фашист.

С песней о «Катюше» встал из окопа русский солдат с винтовкой в руках — и тут же упал, сраженный вражеской пулей. Но друзья солдата подхватили эту песню и понесли ее в атаку. Это было на Курской дуге. Солдат же, не допевший песню, остался лежать. Засыпанный землей от взрыва, он пролежал в окопе 54 года. Летом 1977 года его останки были найдены и торжественно похоронены в братской могиле у

артиллерийской пушки в селе Теплое. Песня о девушке Катюше оказалось настолько дорога всем, что на ее мелодию неоднократно сочинялись новые слова.[4, 56]

Но не только песня «Катюша» вселяла в русского солдата боевой дух и победные мысли. Милая и трогательная песня «Огонек» сразу пришлась по душе слушателям, и спустя каких-то три месяца, после первого исполнения, бойцы Красной армии, сидя в окопах, пели ее, тем самым вспоминая о родном доме и семье. Автор слов — Михаил Исаковский, автор музыки неизвестен.

Секрет воздействия огонька так объясняет поэт Евгений Долматовский: «Прошли годы, — пишет он, — и мы просто забыли обстановку военного времени. Когда враг напал на нашу страну, повсеместно — сначала до Волги, в потом и глубже, в тылах России, — было введено затемнение. На улицах — ни фонаря, окна к вечеру плотно закрывались шторами и листами черной бумаги. В песне поется о бойце, который уходил на позиции и, удаляясь, долго видит огонек в окне любимой. Поэтический образ огонька на окошке превратился в огромный и вдохновляющий символ: не погас наш огонек, никогда не погаснет! Песня еще одной неразрывной связью скрепила фронт и тыл. [5, 127]

Но, несомненно, строевым гимном нашей армии, своеобразной «музыкальной эмблемой» Великой Отечественной войны была «Священная война» Александрова и Лебедева-Кумача. Ярко эмоциональная волнующая мелодия этой песни и пламенные призывные стихи воодушевляли воинов, вселяли в них мужество, стремление к борьбе. Песня звучала повсюду: и как концертное произведение — в солдатских ансамблях, и как бытовой напев, и как боевая походная песня.

Однажды — это было весной 1942 года — горсточка храбрецов, защитников Севастополя, засела в каменной пещере, выдолбленной в скале. Фашисты яростно

штурмовали этот укрепленный пункт, но советские воины держались стойко, отбиваясь гранатами. Вдруг из глубины пещеры раздались суровые звуки песни Александра:

Вставай страна огромная,
Вставай на смертный бой
С фашистской силой темною,
С проклятою ордой!

Только услышав первые строчки песни, гитлеровцы понимали, что им предстоит столкнуться с армией сильной, смелой, которая не способна сломиться под натиском врага. «Потом раздался сильный взрыв, — рассказывает один из фронтовых писателей, — и обломки скалы завалили пещеру. И когда замолкли раскаты этого взрыва, казалось, что скала все еще продолжает петь.

Таким образом, подводя итог всему выше сказанному, становится очевидным, что военная песня встала в один строй с Отчиной для советского солдата с самых первых дней и не оставляла его в трудную минуту.

Песня помогала народу выстоять и устоять против натиска врагов. И спустя многие годы после окончания войны, страна продолжает помнить и напевать те мотивы, которые когда-то не дали нашей Отчизне утонуть в пучине отчаяния войны. Они продолжают согревать наши сердца и воспитывать в людях мужество, храбрость и отвагу.

Литература

[1] Филатов К.А Русские военные песни первых десятилетий XX века. Золотая антология Константина Филатова/ К.А. Филатов. — Б.: Барнаул: Самиздат, 2011.- 36с.

[2] Тухманов.Д. Давид Тухманов. Военные песни/Д.Тухманов. — М.: Советский композитор, 1985. — 323с.

[3] Иванова Л. И. Советская песня // Отечественная музыкальная литература 1917 — 1985. М., 1996.

[4] Сохор А. Н., Русская советская песня, Л., 1959;

[5] Шилов А. В., Из истории первых советских песен (1917 — 1924), М., 1963;

The image of the warrior — winner in the war songs.

Likhacheva A.

Throughout the existence of the Earth, man is always in need of stimulus, in some of its driving force. And the music was an integral part of this force. Especially during wartime battles and wars. The generally recognized fact that hearing, acquaintances, family reasons, the soldiers could not help feel a special patriotic sentiments which strong threads connect them with the roots. And then their heart is not a place of fear and despair. The Great Patriotic War was no exception. The soldiers who fought for the country, without hesitation went to the bullets, because the songs gave them the confidence and energy that they needed to defeat the enemy.

Особенности языка бывшей Югославии тогда и сейчас

Марьянович Д.

В данной работе важно обратить внимание на сербскохорватский язык со стороны современных языков: сербского, боснийского, хорватского и черногорского.

Чтобы понять лингвистические особенности данных языков, нам необходимо обратиться к истории.

Народы, населявшие территорию бывшей Югославии, пришли в XIX век разделенные двумя великими империями: Османской на юге и Австро-Венгерской на севере.

В XIX веке в народе пробудилось национальное сознание и желание стать независимыми, то есть освободить страну от иностранных угнетателей.

Словены, хорваты и сербы империи Габсбургов развили в это время культурно-политическое движение, главной целью которого было языковое объединение различных южнославянских народов.

На более глобальном уровне существовало две цели:

3) сначала создать общий язык для всех жителей бывшей Югославии;

4) создать общее государство.

Идея состояла в следующем: если народы говорят на одном языке, то будет легче их убедить создать единое государство.

Первая цель (решение «объединить» сербский и хорватский языки в один сербскохорватский) была осуществлена в 1850 году подписью соглашения в Вене, где были установлены правила произношения, двойной алфавит, диалект, принятый за основу стандартного языка.

Что касается второй цели — создать единое государство, ждать ее осуществления пришлось еще 70 лет — до 1918 года, после Первой мировой войны.

Нам нужно понять, что же представлял из себя сербскохорватский язык.

На протяжении многих лет сербскохорватский язык являлся официальным языком в Югославии. Но кто-то скажет, что это был, скорее «псевдоязык», созданный коммунистами для сглаживания в стране.

Сегодня термин «сербскохорватский» не является широко распространенным. Он иногда используется в качестве обобщающего понятия для обозначения семьи родственных языков.

Его не считают языком, поскольку в настоящее время в каждой из этих стран есть свой официальный и государственный язык. Многие граждане стран бывшей Югославии находят данный термин политически некорректным и даже оскорбительным.

Далее необходимо обратиться к языковой политике.

Сербский язык понимают в Сербии, Боснии и Герцеговине и Хорватии, хорватский — в Хорватии, Боснии и Герцеговине и Сербии.

Разговорные языки и хорватский языки действительно взаимозаменяемы — сербы и хорваты понимают друг друга.

Хорваты с большой осторожностью относятся к любому иностранному влиянию на хорватский язык.

Склонные к пуризму, они защищают свой язык от влияния извне.

Как результат, хорватский язык в отличие от сербского не тяготеет к заимствованиям, вместо этого в нем появляются собственные неологизмы. Например, англ. computer — серб. компјутер — хорв. рачунало.

Население Боснии и Герцеговины состоит из трех этнических групп:

- 1) боснийцы;
- 2) хорваты;
- 3) сербы.

Каждый из этих народов считает, что говорит на своих языках, то есть боснийцы на боснийском, хорваты на хорватском, а сербы на сербском.

Все три языка считаются официальными в БиГ.

Что представляет собой боснийский язык?

Пока этот язык практически не отличается от сербского и хорватского языков по своей структуре.

Но тем не менее в мусульманских кругах сегодня стремятся подчеркнуть элементы, отличающие боснийский язык от сербского. Этот язык характеризуется большим количеством ориентализмов, избытком терминов турецкого и арабского происхождения, особенно в области религии, где просматривается некоторое желание избегать всего, что напоминает два других языка.

Черногорцы говорят на одном из самых новых языков в мире — черногорском, признанном официальным языком в Черногории в 2007 году и стандартизированным в июле 2009-го. До получения нынешнего статуса черногорский

язык считался диалектом сербского, причем достаточно трудным.

В действительности же большинство жителей Черногории говорили на официальном сербском языке.

Вопрос о признании черногорского официальным языком Черногории оставался спорным на протяжении многих лет и до сих пор является предметом дискуссий. Подобно остальным языкам региона черногорский постоянно изменяется и развивается.

Вышеизложенное позволяет сделать вывод, что на Балканах использование языков обусловлено, главным образом, политическими причинами.

Язык приобретает эмблематическое значение, теряя из-за этого свою главную функцию — общение между людьми.

Литература

[1] Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. «Толковый словарь русского языка», издательство "Азъ", 1992.

Peculiarities of language of the former Yugoslavia then and now

Marjanovic D.

Ирония в художественном тексте

Масалович Я.Д.

Работа посвящена изучению такого языкового явления, как ирония. В ходе исследования рассматривается понятие иронии, ее функции и реализация в художественном тексте, а также то, каким образом автор передает свои идеи при помощи иронии.

Сегодня ирония, как объект исследования, вызывает большой интерес в разных областях науки: литературоведении, философии, культурологии, лингвистике, эстетике. Иронический подтекст зачастую проявляется в художественных произведениях, публичной

речи, в интернет-блогах, в кино и СМИ. Тем не менее, ирония до сих пор остается малоизученной.

В стилистике ирония это выражающее насмешку или лукавство иносказание, при котором слово или высказывание обретают в контексте речи значение, противоположное буквальному смыслу, или отрицающее его, ставящее под сомнение. Ирония есть поношение и противоречие под маской одобрения и согласия; явлению умышленно приписывается свойство, которого в нем нет, но которое надо было ожидать. Намек на притворство, «ключ» к иронии содержится обычно не в самом выражении, а в контексте или в интонации, а иногда — лишь в ситуации высказывания [1].

Ирония, как троп, появилась еще в античности и берет свое начало из традиции античной риторики. Далее ирония получила особое развитие, начиная с последней трети XIX века. Особым периодом является вторая половина XX века. Считается, что в последние два десятилетия XX века ирония стала чуть ли не основным стилистическим приемом, что связано с переломным моментом в общественных устоях на рубеже веков, а также с развитием поэтики постмодернизма в мировой культуре [2].

Стоит отличать иронию от других видов комического. Под комическим (от греч. *komikos* — весёлый, смешной) подразумевается нечто смешное, то, что вызывает смех путем высмеивания, обличения.

Обычно исследованием видов комического занималось литературоведение. При этом основной задачей было выявить соотношение трагического и комического по отношению к художественной литературе [3]. К примеру, «для Аристотеля для определения сущности комедии было естественно исходить из трагедии, ее противоположности, ибо в практике и в сознании древнего грека трагедия имела первенствующее значение» [4]. Считалось, что трагедия, как нечто возвышенное, противопоставлялась комическому, как низменному. Однако, такое утверждение вызвало ряд

несогласий. Белинский считал, что комическое имеет важнейшее значение в искусстве и в общественной жизни.

Немецкий философ Фолькельт считал, что комическое выделяется в области эстетического с совершенно другой точки зрения, нежели чем трагическое. Таким образом, комическое может быть противопоставлено некомическому или серьезному, но никак не трагическому.

Основными видами комического являются юмор, ирония, сатира и сарказм. В основе комического лежит несоответствие, отклонение от нормы. Самые ранние формы комического берут начало из греческих дионисийских празднеств и являются формами игровыми. Во время дионисийских игр люди переодевались в гротескные маски и костюмы и действовали нелепо от лица героев, которых они играли, тем самым вызывая смех будучи в другом облиции.

Эта традиция была унаследована европейскими средневековыми карнавалами, когда создавался выдуманный мир, являющийся полной противоположностью миру реальному. При этом можно было высмеивать церковь и власть якобы в шуточной форме. В то время такой привилегией обладали только шуты при королевском дворе, которые говорили правду о власти, маскируя ее под шутку [4].

На протяжении разных эпох комическое выражается в различных формах.

Наиболее грубой считается фарс. Смех в фарсе вызывает драка, неожиданное падение, нелепость, неуклюжесть и неудача и т.п.

Более высокими и тонкими формами комического являются юмор и сатира.

Отличие юмора от сатиры проявляется в том, что в первом случае смех является добрым, а во втором — смех злой. При этом несмотря на то, что в обоих случаях высмеиваются недостатки человека и общества, в юморе преобладает положительное отношение к объекту насмешки,

в то время как сатира обличает отрицательные черты, делая акцент именно на негативном отношении.

Еще одним комическим приемом является каламбур (сближение, основанное на схожем звучании слов), остроумие, основанное на сравнении двух объектов.

Однако, из всех форм выражения комического ирония самая тонкая и неуловимая. При иронии за внешней положительной стороной высказывания скрыт отрицательный смысл.

Намек на иронический подтекст может содержаться не в самом высказывании, а в определенном контексте, ситуации, также это может быть выражено в интонации и во взглядах самого автора.

Аристотель подчеркивал: «Ирония же подобает свободному более, чем шутовство, потому что иронизирующий обращается к шутке ради себя самого, а шут — ради других» [5].

Ирония как бы противопоставляет то, что должно быть тому, что есть и осмеивает реальное с позиции должного. В этом противопоставлении данного и должного и в высмеивании недостатков проявляется сходство иронии с юмором. Также при иронии и юморе говорящий подчеркнуто демонстрирует притворство. Отличие иронии от юмора заключается в том, что ирония притворно изображает должное в качестве данного, а юмор, наоборот, притворно изображает данное в качестве должного.

В иронии говорящий показывает два отношения к тому или иному явлению — одно подлинное, другое — притворное. Тем не менее, ироническая интонация оказывает компрометирующий эффект, обличая недостатки. Благодаря интонации говорящий может дать собственную оценку явлению.

Цель иронии состоит не только в подчеркивании недостатков, но и в их высмеивании. При этом если цель сатиры — вызвать негативную реакцию к тому или иному

явлению и открыто его подчеркнуть, цель иронии будет выражаться в том, чтобы побудить читателя/слушающего к размышлению, чтобы тот догадался и понял авторскую позицию.

Таким образом, понятие иронии связано с текстовой импликацией. Импликация предполагает наличие подразумеваемой, на первый взгляд неясной информации, тогда как экспликация предполагает ясность и определенность выражения. По мнению К.А. Долинина, иронию можно рассматривать как одну из форм имплицитного содержания текста, что связано с наличием в тексте лакун — недоговоренностей, пропусков [6].

Ирония, в отличие от сатиры более тонкая, более спокойная и интеллектуальная. Авторская позиция завуалирована при помощи иронии. Ирония, как и слово имеет форму и содержание, то есть то, что написано, не совпадает с тем, что подразумевается. Выходит, что ирония предполагает наличие «собеседника», от которого как бы что-то утаивается. Таким образом читатель должен догадаться, что же имел ввиду автор. Благодаря этому возникает связь «автор — читатель».

Сущность выражения иронии, по словам А.Ф. Лосева состоит в следующем: «говоря «да», не скрываю своего «нет», а именно выражаю, выявляю его через контекст» [7].

Средства выражения иронии в художественном тексте разнообразны.

Основными паралингвистическими средствами выражения иронии являются: жесты и кинесика, интонация (тембр, темп, паузы, ударение, мелодика речи).

В устном межличностном общении употребляются такие стилистические и лексические средства, как неологизмы, постоянные эпитеты, архаизмы, смешение формы и сказовые стили повествования, но они часто подкрепляются паралингвистическими средствами.

В художественных произведениях, где процесс коммуникации происходит между автором и читателями есть свои средства выражения иронии, такие как авторские указания, ремарки, курсив, кавычки, каламбур и пародия, а также ряд фигур речи, за счет которых достигается иронический эффект.

Одной из самых распространенных форм иронии является антифраз — употребление слова в противоположном ему значении. Примером антифразы является отрывок из произведения Монтескье «О духе законов», в котором он якобы в серьезной форме выступает за эксплуатацию рабов. Более того, автор настолько цинично говорит о рабах, принижает их, что тем самым вызывает неприязнь читателя к рабству. Однако с самого начала повествования автор дает понять, что его рассуждения полны иронии. С самого первого предложения мы понимаем, что Монтескье выступает в роли сторонника рабства, он говорит: «Если бы мне пришлось защищать право, в силу которого мы сделали негров рабами...». Также описание рабов полно преувеличений и карикатурности. И, скорее всего, читатель, понимающий интонацию автора, читатель думающий поймет, что столь образованный человек, каким являлся Монтескье, не мог рассуждать со столь примитивной позиции. Таким образом, Монтескье осуждает как само рабство и эксплуатацию человека, так и его сторонников. Писатель высмеивает расовые предрассудки и недалекий ум людей, эксплуатировавших рабов из Африки [8].

Ирония может быть реализована при помощи гиперболы — преувеличения, а также литоты — преуменьшения. При этом предметы и явления реальности умышленно преувеличены или преуменьшены таким образом, что создается эффект карикатурности. Гипербола может быть реализована при помощи образных сравнений, а также прилагательных и наречий: «fortement», «énormement», «grand parmi les grands». Заметим, что гипербола за счет

преувеличения может приносить позитивную коннотацию, а также выражать пренебрежение и уничижительность [9].

Литота в отличие от гиперболы преуменьшает свойства объекта или явления. Литоте также свойственна парадоксальность и иногда карикатурность. Однако литота встречается реже гиперболы.

Еще одним средством выражения иронии является пародия — подражание и имитация с целью насмешки.

Ирония может возникать и из столкновения ситуации с языком, в котором автор эту ситуацию развертывает, например, при стилизации авторской речи под высокий торжественный слог.

Помимо употребления архаичных форм говорящий может также прибегнуть к разглагольствованию — когда долгое время речь идет об одном и том же. Или зачастую автор использует перифраз — когда об одном и том же говорят разными словами. Например, вместо того, чтобы сказать «высморгаться», говорящий употребляет «обойтись посредством носового платка». «Петербург» становится «Петра твореньем», а «черт» — «нечистым». В этом случае перифраз является одновременно и эвфемизмом.

В ходе проделанной работы было дано определение понятию иронии. Ирония — осмеяние, притворно облекаемое в форму согласия или одобрения; смешное, выступающее под маской серьезного, то есть форма художественного иносказания, когда оценка явления или лица прямо противоположна выраженному отношению к ним.

Также удалось увидеть, в чем заключается отличие иронии от других видов комического и каким образом достигается иронический эффект в художественном тексте.

Таким образом, ирония — стилистический прием контраста видимого и скрытого смысла высказывания, создающий эффект насмешки. При помощи иронии автор выражает эмоционально-оценочное отношение к сказанному.

Литература

- [1] Большая Советская Энциклопедия в 30 томах, коллектив авторов, Советская энциклопедия, 1969.
- [2] Орлов М.Ю., Textoобразующая ирония в русской и англоязычной прозе: диссертация, Саратов, 2005.
- [3] Каменская Ю. В., Ирония как компонент идиостиля А.П. Чехова: диссертация, Саратов, 2001.
- [4] Пропп В. Я., О смехе, Лабиринт, 2002.
- [5] Аристотель, Поэтика. Риторика, Азбука, Азбука-Аттикус, 2013.
- [6] Долинин К. А., ИмPLICITное содержание высказывания / К. А. Долинин // Вопросы языкознания. — 1983. — № 6. — С. 37-47
- [7] Лосев А.Ф., Форма, стиль, выражение, 1993.
- [8] Монтескье Ш., О духе законов, книга 15, глава 5.
- [9] Robrieux, Jean-Jacques, Eléments de rhétorique et d'argumentation, Dunod, 1993.

Irony in fiction

Masalovich Y.D.

This work deals with verbal irony. It's focused on the definition of verbal irony, its functions and realization in the literary text. Irony is the author's way to express opposite ideas.

Сленг и литературная норма современного китайского языка

Ооржак А.А.

Статья посвящена анализу двух языковых систем современного китайского языка как сленг и литературная норма. В статье раскрываются особенности их взаимодействия и влияния на современную речевую ситуацию.

Последние тридцать лет характеризуются значительным прогрессом во всех сферах жизни Китая. Особенно эти изменения коснулись лексики китайского

языка. Наиболее ярким подтверждением этого явления является развитие, обогащение, пополнение, формирование и расширение словарного запаса. Наряду с основными тенденциями лексики китайского языка, такими как образование сложных слов, морфемная контракция, сокращение слов и словосочетаний, идёт широкое распространение иностранных заимствований, буквенных слов, интернет лексики и сленга.

Современная речевая ситуация приводит в смятение. Особую тревогу вызывает речь молодежи. Ее отличает обилие сленга, более грубых жаргонных форм и нецензурной лексики. Нередко молодые люди воспринимают нелитературные варианты как норму, не видят разницы между нормативным и ненормативным словоупотреблением. Норма обеспечивает функционирование и историческую последовательность за счёт её устойчивости, не исключая изменчивость и вариативность языковых средств. Она призвана сохранять речевые традиции, а также соответствовать актуальным потребностям общества.

Литературная норма является частным случаем языковой нормы. Она едина и общеобязательна для всех говорящих на данном языке, а также консервативна и направлена на сохранение средств и правил их использования, накопленных в данном обществе предшествующими поколениями. Речь считается нормированной, если она соответствует литературно-языковому идеалу. Нормы защищают литературный язык от потока диалектной речи, жаргонов и просторечия. Это позволяет литературному языку выполнять одну из важнейших функций — культурную.[1]

Литературной норме и языковому стандарту противопоставляется сленг. Сленг как важная часть современной речевой системы вовсе не считается вредным направлением в языке. Он находится в постоянном развитии, может в одно мгновение возникнуть, и так же быстро

исчезнуть. С возникновением сленга в языке наблюдаются видоизменения, которые основаны на упрощении и понимании устной речи.

Многие слова и обороты, начавшие свое существование как сленговые, в настоящее время прочно вошли в литературный язык. В отличие от просторечных выражений, сленг активно используют в своей речи и образованные люди, представители определённой возрастной или профессиональной группы. Располагается он на самой последней ступени всех существующих на сегодняшний день форм языкового общения. Однако такое явление как сленг выполняет очень важную роль в распознавании индивидов, связанных между собой определенным набором интересов.

Зачастую сленг становится основой для общения, подменяя собой основной, литературный язык своей страны. Чаще всего это происходит в молодежной среде, как знак отличия или протеста.

Как во многих языках, так и в китайском разговорный и литературный языки противопоставлены как различные языковые системы, употребляемые в одном и том же языковом коллективе. Выбор между ними может быть обусловлен отношениями между говорящими лицами и условиями общения.[2]

Параллельное существование сленга(俚语 lǐyǔ) и литературного языка (书面语 shūmiànyǔ) создает ситуацию двуязычия, в ходе чего, оба языка начали взаимодействовать между собой и оказывать влияние друг на друга. Если воздействие литературного языка на сленг является собственно результатом его образования, то совершенно иной и более сложный характер носит влияние сленга на норму, провоцируемое естественным воздействием живого языка на письменный. Эти формы языка, взаимодействуя друг с другом, претерпевают изменения самого разного характера. История китайского языка обычно понимается как

трансформация разговорной речи и формирование на этой основе новых письменных форм. Это явление важно с практической точки зрения, потому что говорящий зачастую ошибается в выборе адекватного данному тексту слова и его значения.

Особенность рассматриваемого взаимодействия заключается в том, что в контакт вступили сленг и литературная норма как две формы языка, которые по существу принципиально отличаются друг от друга. В последнее время всё больше и больше сленговых слов и выражений входят в современную культуру речи и начали восприниматься людьми как норма, они постепенно становятся едиными и общеобязательными для всех говорящих на данном языке, например: 臭美 (chòuměi) — быть самовлюбленным, хвастаться; 真丢人 (zhēn diūrén) — опозориться.

Однако существует и еще одна точка зрения, которая видит сленг, как некий оптимизатор литературного языка. Он помогает наладить общение между людьми в различных социальных кругах, делает язык более мягким, подходящим для повседневного и бытового общения.

Следует отметить, что в каждой провинции и в каждом населенном пункте Китая имеются свои наречия. Носители языка утверждают, что и сленг во всем Китае также может отличаться, в то время как литературная норма общепринята и едина.

Литература

[1] Пешковский А.М. Объективная и нормативная точка зрения на язык // Избранные труды. М.: Учпедгиз, 1959. С. 54.

[2] Хаматова А.А. статья Тенденции развития лексики кит. языка в начале 21 века.

Slang and literary norms of modern Chinese language

Oorzhak A.A.

This article analyses the slang and literary norms of modern Chinese language. Much attention is given to the peculiarities of their interaction and influence on modern speech situation.

Мотив случайности в русских рассказах Владимира Набокова

Ратникова В.В.

В эссе «Трагедия трагедии» В.Набоков писал: «Наивысшие достижения поэзии, прозы, живописи, режиссуры характеризуются иррациональностью и алогичностью, тем духом свободной воли, который прищелкивает радужными пальцами перед чопорной физиономией причинности» [1]. Превыше всего в искусстве и литературе Владимир Набоков ставил отсутствие так называемой логики причинности, или подчинения сюжета тем причинно-следственным связям, которые ограничивают творчество, видение художника и развитие сюжета. Писатель не верил в возможность рационального постижения действительности, в возможность объяснения жизни посредством абсолютной логики. Противопоставляя здравый смысл иррациональному началу, реальность — потусторонности, писатель в своих произведениях показывал, что закономерности судьбы непостижимы, они — доказательство надмирного начала, существующего в жизни. «Набоковский жанр — это «повесть о несбывшихся ожиданиях» [2, 168].

Трагедия мира в художественном мире Владимира Набокова обусловлена господством случайности. Случайность — форма проявления иррационального, знак судьбы, служащий способом доказательства ее существования и превосходства. Случай в русских рассказах писателя нередко является движущей силой конфликта и катализатором его разрешения. Случайность — форма

проявления хаоса, стихийности, противопоставленная гармонии.

«Да, жизнь талантливее нас <...> Иногда она придумывает такие темы...Куда нам до нее! Ее произведения непередаваемы, непередаваемы [3, 232]», — размышляет писатель в рассказе «Пассажир» (1927). Герой рассказа развивает мысль, которую сам В. Набоков неоднократно высказывал в своих эссе и интервью: жизнь сложнее того, что можно обусловить теориями и постичь законами логики. Отсутствие «причинно-следственного детерминизма» и построение «новой гармонии» посредством пересоздания реальности — то, что писатель ставил превыше всего в литературе.

На примере одной истории из жизни, герои рассказа, писатель и критик, обсуждают как раз проявление случайного в жизни и литературе. Случай произошел с писателем: в поезде на одной из станций ночью к герою сел попутчик, который всю ночь рыдал. Утром вагон досматривали полицейские — искали мужчину, который накануне застрелил свою жену и ее любовника и, должно быть, сел как раз в этот, проходящий поезд. Впрочем, попутчик героя убийцей не оказался. Пример был приведен писателем как иллюстрация того, что жизнь сложнее замысла художника и «замысел жизни был в этот раз, как всегда, в стократ великолепнее». Критик поучает писателя, и, вместе с тем, будто бы сам автор поясняет свое творчество, стремление к той жизненной достоверности, которая может проявиться только в непредсказуемости развязки художественного произведения. «В жизни много случайного, но и много необычайного. Слову дано высокое право из случайности создавать необычайность, необычайное делать не случайным» (3, 235).

Случайность создает достоверность текста, работает как «прием» нарушения читательских ожиданий. Содержательно это прием «приводит» к тому, что

оказываются обманутыми не только ожидания читателя, но и ожидания героев. Здесь будто бы соблюдается набоковский баланс игрового и миметического: нарушение ожидания читателя как прием и тема обманутых ожиданий как иллюстрация непредсказуемости жизни.

В рассказе «Случайность» (1924) любящие супруги Лужины разлучены в эмиграции. Случайно они оказываются в одном поезде, где он работает лакеем в вагоне-ресторане, она — его пассажир. Судьба сводит супругов, но роковая случайность трижды не дает встретиться. Сначала Лужин не идет, как положено ему по работе, раздавать талоны на обед, затем, «зазывая» пассажиров, он мельком заглядывает в купе, в котором едет супруга, но не замечает ее, и, наконец, она, желая избежать компании навязчивого попутчика, не переступает порог вагона-ресторана (где они вот-вот могли бы встретиться). На этом же пороге вагона супруга теряет обручальное кольцо.

Автор расставляет в пространстве текста «знаки судьбы», которые еще больше усиливают мотив ожиданий и работают на прием обманутых ожиданий читателя. В.Набоков с иронией относится к разного рода символам в тексте, которые стремится расставить банальный писатель или так стремится обнаружить бальный критик-читатель. Так, символизация в тексте усиливает здесь авторскую иронию. Например, оба супруга встречают в поезде петербургскую знакомую, некую Ухтомскую. В беседе с Лужиной, женщина упоминает свое знакомство с семьей супруга героини. Сам Лужин замечает старушку, когда обходит купе и зазывает пассажиров на обед. Но именно из-за того, что Лужин заметил старушку и нечто в ней знакомое, он не замечает свою жену.

Следующий «знак» — обручальное кольцо. Лужина теряет его на пороге вагона ресторана. Потерянное оставляет надежду читателю на то, что Лужин, заметит его, и эта находка поможет супругам вновь встретиться. Но кольцо

находит другой, товарищ Лужина, который прячет его. Лужин совершает запланированное самоубийство.

Пространство, в котором происходит действие рассказа, замкнуто — поезд. Замкнуто и время — действие происходит 1 августа, надпись на кольце — дата свадьбы — тоже 1 августа, год 1915. Встреча, будто бы запланированная судьбой, так художественно предоставившей для этого все обстоятельства, не состоялась.

Мотив случайности придает тексту жизненную достоверность, работает как прием нарушения (читателя и героя) ожидания путем ложного развития фабулы, разрушая логику причинно-следственных связей. Данный мотив функционирует и в других русских рассказах Владимира Набокова — «Катастрофа» (1924), «Мечь» (1924).

Литература

[1] Набоков В.В. Эссе «Трагедия трагедии» [Электронный ресурс] / В.Набоков, «Эссе о театре». — Режим доступа: <http://lib.ru/NABOKOW/esse.txt>. — Загл. с экрана.

[2] Набоков В.В. pro et contra. Том 2 / сост. Б.В.Аверина, библиогр. С.А.Антонова. — СПб: ВХГИ, 2001.

[3] Набоков В. Полное собрание рассказов / сост. А.Бабинов. — СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2013.

The motive of randomness in the Russian stories of Vladimir Nabokov

Ratnikova V.V.

Язык SMS: у англичан, русских и арабов

Савина С., Фаргиева З., Быстрыкова Е.

Двадцать первый век ассоциируется с развитием информационных технологий. Компьютеры, планшеты, телефоны — всё это стало неотъемлемой частью для городского человека. Современный темп жизни,

характеризующийся стремительным распространением информации, стал причиной появления SMS-сообщений, благодаря которым человек может при помощи нескольких символов передать важные сведения, сэкономив время и деньги.

Аббревиатура SMS расшифровывается как Short Message Service или Служба Коротких Сообщений. Она даёт возможность пользователям обмениваться между собой небольшими текстовыми сообщениями.

SMS было создано как составная часть стандарта GSM Phase 1. Впервые идея осуществления сервиса возникла в 1984 году и была затем реализована группой инженеров, среди которых были: Фридрих Хиллебранд (Дойче Бундеспост), Бернар Жильбер (РТТ), Финн Тросби (Telenor), Кевин Холи (Cellnet), Йан Харрис (Vodafone) 1989 году. Впервые система рассылки коротких сообщений была опробована в декабре 1992 года, в Великобритании, для передачи текста с персонального компьютера на мобильный телефон в сети GSM компании Vodafone, спустя год после появления стандарта GSM на европейском рынке. Нейл Папуорт, инженер британской компании Vodafone, послал своим коллегам с сотового телефона короткое сообщение, содержащее поздравление с наступающим Рождеством: "Merry Christmas — 92". Таким образом, возник новый вид коммуникации, изменивший мобильную жизнь миллионов людей. Благодаря SMS ещё в 2000-х жители разных стран могли обмениваться информацией. Однако со временем стало понятно, что далеко не всегда удастся в короткое сообщение вложить всю необходимую информацию. Это привело к тому, что постепенно в SMS-сообщениях стали появляться аббревиатуры и сокращения.

В Великобритании SMS является одним из наиболее популярных средств общения, особенно среди подростков. Число сообщений, отправляемых британцами в течение одного месяца, на данный момент составляет более

миллиарда, и оно продолжает расти. Анализируя английские SMS-сообщения, можно поделить их на 3 типа по способу образования:

1) Слова, образованные способом редукции — максимальное сокращение формы слова до его фонетического варианта, с использованием букв и цифр. Переписываясь с американцем или британцем в чате или при помощи SMS, можно часто встретить такие сообщения: 4 (For — «Для»), N (And — «И»), U (You — «Ты»), CU (See you — «Пока/до встречи»), 4EVER (Forever — «Навсегда»), LuvU2 (I love you too — «Я тебя тоже люблю»), LOL (Laughing out loud — «Громко смеяться»), OMG (O my God — «О Боже мой») и самое знаменитое OK (Okay — «Хорошо»). Кроме того, с помощью редукции могут составляться целые предложения: «Cnt u w8 4 me? il b there @ 5» (Can't you wait for me? I'll be there at five — «Ты не можешь подождать меня? Я буду там в пять часов»).

2) Аббревиатуры — слова, образованные сокращением словосочетания и читаемые по алфавитному названию начальных букв или по начальным звукам слов, входящих в него. Наиболее популярным являются: AAM (All About Me — Всё обо мне), ATM (At The Moment — На данный момент) и В (By — Пока).

3) Смайлики — данный тип SMS предполагает использование букв, цифр или знаков препинания, сочетание которых выражает определенную эмоцию. Каждый второй подросток использует такие смайлики, как :/ (Wry face — «Перекошенное лицо»), :P «Tongue out just kidding — «Лицо, показывающее язык»), ☺ (I love you — «Я тебя люблю») и так далее.

С помощью SMS на английском языке можно не только общаться на любую тему, но и поздравлять его со знаменательными событиями, признаваться в любви, выражать свои чувства в целом, передавать свое настроение и эмоции. Этому способствует огромное количество

«смайлов» — идеограмм из графических знаков, которые помогают более точно передать свое состояние в настоящий момент. Безусловно, это сказывается не столько на содержании SMS на английском языке, а на его внешнем выражении. Использовать SMS-English или нет, решает каждый для себя. Но отказываться от него совсем тоже не стоит, ведь данное упрощение языка позволяет людям в короткие сроки обмениваться нужной информацией — это крайне необходимо в наше время. Именно поэтому тенденция с SMS-сообщениями стала распространяться по всему миру, объединяя людей разных наций.

В России смс-язык довольно широко распространён: его использует не только молодёжь, но и «продвинутые» взрослые. Тем не менее, интеллигенция и старшее поколение пренебрежительно относятся ко всем этим «словам из букв и цифр», безглагольным предложениям и бесконечным аббревиатурам. По их мнению, мир смс превратил «великий и могучий» язык в гибрид самого себя. Но может быть, это просто новая его разновидность? Ведь у русского смс-языка даже есть некоторое подобие правил:

1) Опускание глаголов, служебных слов, предлогов и артиклей допустимо только в том случае, если это не сказывается на смысле. Это явление ещё называют элиминацией. Пример: «Конец кино. Мы домой».

2) Слова можно не писать полностью, то есть оставлять несколько слогов или же использовать сокращение. Пример: «универ» вместо «университет».

3) Если существует более короткое иностранное слово, то можно использовать его. Пример: «shop» вместо «магазин».

4) Сократить количество букв в слове можно, используя цифры. Пример: 4уток (чуть-чуть).

5) Если цель смс — поздравление с Днём рождения, Рождеством и прочим, то о сокращениях можно забыть! Текст смс пестрит однородными определениями и

восклицательными знаками: «Поздравляю с Днём рождения! Желаю здоровья, удачи, любви! Пусть жизнь будет долгой и гладкой, полной ярких и запоминающихся событий!»

Язык смс в первую очередь экономит время и деньги владельца телефона. Конечно, частое его использование пагубно сказывается на живой речи человека, но необходимо признать, что этот новый подвид языка уже стал частью нашего ежедневного смс-общения. Да и не только у нас такое происходит! Даже арабы, пишущие вязью, пали жертвой этого «тренда».

В последние десятилетия 20 века, и особенно в конце 90-х годов, западные коммуникативные технологии широко проникли в арабский мир. В то время в большинстве технологий отсутствовала поддержка арабского алфавита. В результате этого арабские пользователи были вынуждены прибегнуть к транслитерации арабского текста. Так у арабов возник свой интернет-транслит — Арабизи (араб. عربيزي Арабизи), Арабиш или Араби, (араб. عربي Араби). Эта схема записи, используется для общения на арабском языке в интернете или для отправки СМС сообщений с устройств, не поддерживающих арабский алфавит. Арабские буквы заменяются латинскими буквами из набора ASCII и арабскими цифрами. Пользователи этой записи выработали свою собственную систему схем транслитерации некоторых букв, которым нет соответствия в ASCII.

У арабского смс-языка также есть свои особенности:

1) Интернет язык у арабов междиалектный. Для сопоставления букв, у которых не было аналогов в латинском алфавите используются цифры и сочетания различных символов. Например, цифра "3" используется для транслитерации арабской буквы ع (‘ айн). Многие пользователи продолжают писать на Арабизи при наборе текста, т.к. не всегда могут использовать арабскую клавиатуру, или потому, что они лучше знакомы с раскладкой QWERTY.

3) Египетские пользователи часто называют эту систему Франко-Арабской. Другим она известна под названием Арабик бел Инглизи (масри عربى بالانجليزى, "Арабский на английском"). В то же время названия Арабиш и Арабизи неизвестны большинству Египтян.

4) Арабский сленг развился из классического арабского. Он отличается от классического арабского тем, что не использует правила спряжения и имеет звуки, что не существуют в стандартном языке.

5) Многократный набор харфа "هههههههههههههههههههههه" — обозначает очень смешно.

6) Смайлики в арабском языке пишутся в обратную сторону. Если обычно у нас улыбочка пишется так: :) то у арабов это будет выглядеть как-то так (:

7) Если цель смс — поздравление с каким-нибудь праздником, например слово: поздравляю — обычно пишется так (مبروك), то в интернет языке это слово будет выглядеть таким образом (مبروووووووك). Так как для арабского интернет языка характерно растягивание гласной для полной передачи своих чувств и эмоций.

Например: geher: красивый, Kosha: старый, Semoaa: young, obreeza: полиция, anasi (feminine): женщина, keefic (greeting): привет (египетский), yel-la: быстрее! Shlonkom?: как дела? zen/zena [M/F]:хорошо, Shako mako?: что нового? Kulshi mako: ничего нового, Shonak?/Shonik? [M/F]: Как дела? Kafe al haal?: Как дела? Alhamdo lillah: слава Богу, Safiyya Dafiyya: все хорошо (дословно: солнечно и тепло).

Язык SMS — это не новомодное течение, не "придумка" молодёжи, а скорее неизбежное явление, которое охватило многие языки.

Главное правило SMS-языка — меньше символов, больше смысла. В современной жизни такой подход вполне оправдан. Но важно всё же помнить, что в речь, как в письменную, так и в устную, SMS-языку путь открывать не стоит — большое количество сокращений не даёт

возможности языку проявить всю его неповторимость и красоту.

Семантический анализ арабских заимствований во франкоязычных арабских СМИ

Садыкова Мунира

Работа посвящена анализу арабских лексических единиц, проникающих во французский язык через средства массовой информации. В ходе исследования были проанализированы процессы ассимиляции и закрепления арабских заимствований во французском языке.

На современном этапе развития общества, когда весь мир охвачен процессами глобализации и взаимовлиянии различных наций и культур и стремится к универсальному диалогу, вопрос о взаимопроникновении языка и культуры стоит очень остро. Вызвано это тем, что язык, будучи средством отражения культуры, является одновременно способом ее формирования, и обилие языковых заимствований, характерных для современного этапа, вызывает серьезные опасения о сохранении целостности и самобытности национальной культуры.

Проблема языковых контактов, в настоящее время, представляет собой одну из актуальных задач отечественного языкознания. Особый интерес у занимающихся проблемой взаимодействия языков вызывает недостаточно изученный аспект взаимодействия и взаимовлияния заимствованных элементов в системе семантических отношений языка. В данном исследовании был проанализирован процесс ассимиляции и закрепления арабских заимствований во французском языке. Исследование проводилось на основе анализа арабских средств массовой информации, издающихся на французском языке: *Al-Watan, Le Quotidien d'Oran, Le jour d'Algerie*.

Франция имела богатую историю контактов с арабскими странами и этот факт свидетельствует о том, что обе культуры взаимодействовали на протяжении многих веков. Колониальная история, способствовала сближению и развитию более тесных культурных связей между Францией и арабскими странами. В связи с достаточно интенсивным взаимодействием со странами арабского мира, Францию даже называют одной из стран Европы, где ислам и мусульманские диаспоры занимают особое место в культурной, политической и экономической сферах [Nouschi, A. 1994: 394]. Факт взаимодействия арабской и французской культур не мог не отразиться на языке. Уже в XX веке в арабской публицистике происходят значимые изменения, которые приводят к тому, что она становится по-настоящему западноевропейской. «Арабские журналисты вынуждены писать и говорить на европейских языках, чтобы их могло понимать молодое поколение мусульман-арабов, родившихся и выросших в Европе, почти полностью утративших родной язык и культуру» [Спиркин А.Л. 1980: 125].

Проанализировав несколько новостных сайтов, мы обратили внимание на одну особенность, что по форме арабские средства массовой информации напоминают западноевропейскую [Михайлов С.А., 2002: 68]. Здесь имеется в виду, что используются западные стандарты работы над изданиями сайтов, однако некоторые национальные черты, отличающие их от западной публицистики, остаются неизменными: экспрессивность, эмоциональность, стремление к индивидуальному авторскому стилю. Во всех, проанализированных нами статьях, присутствовала эмоционально окрашенная лексика, эмфатические, восклицательные, вопросительные конструкции; было выявлено специфическое использование сложносочиненных и сложноподчинённых предложений, включение большого количества арабских слов, во

французский текст. Методом сплошной выборки было проанализировано более ста арабских лексических единиц, которые использовались во франкоязычных арабских средствах массовой информации. Лексико-семантический анализ данных лексических единиц показал, что переход арабских слов во французский язык часто сопровождается семантической деривацией, так как новое французское значение несколько сужает или сдвигает арабское значение [Г.В. Завадовская 1958:339; Ю.Д. Апресян 1995: 175]. Иными словами, большая часть заимствований претерпевает семантические изменения. Значение слова, в большинстве случаев меняется. От обозначения абстрактных понятий, часто заимствованное слово переходит к обозначению конкретных понятий и наоборот, от обозначения конкретных к абстрактным.

Например, арабское слово “halal” в арабском языке означает «то, что разрешено Исламом», но во французской прессе это слово используется в более распространенном значении “мясо животных, употребление которого не нарушает исламские пищевые запреты”. В этом примере, объём понятия арабской лексической единицы (АЛЕ) в языке реципиенте уменьшается, от обозначения абстрактного понятия, оно переходит к обозначению конкретного и содержание становится ограниченнее.

Отметим, что редко случается, чтобы иностранное слово вошло в заимствующий язык со всеми своими значениями, обычно они сохраняют только одно значение и таким образом слово отделяется от своего прототипа.

Как например, арабское слово «aman», в языке источнике имеет следующие значения: «безопасность, спокойствие, пощада», однако во французский язык, слово «aman» заимствовалось лишь как пощада. demander aman – просить пощады. Иными словами, значение лексической единицы в языке-реципиенте сузилось. При сужении значения слова, семантическая структура исконного слова

упрощается, и в результате оно приобретает более конкретное значение.

Были отмечены и те случаи, когда значение исконного слова в языке-реципиенте расширялось и наряду со значением прототипа заимствованное слово наполнялось другим содержанием, приобретало новое, более абстрактное значение. При анализе АЛЕ было выявлено еще одно характерное для заимствований явление: утрата основного значения и получение нового.

Например, арабское слово “beldi” с арабского переводится как «местное, традиционное», часто используется для того, чтобы подчеркнуть «противоположность всему западному, современному». Но во французском языке, основное значение данного слова было утеряно и в результате оно стало обозначать «то, что произведено на ферме: куры, овощи».

Частотность семантических процессов наглядно показана на примере диаграммы.

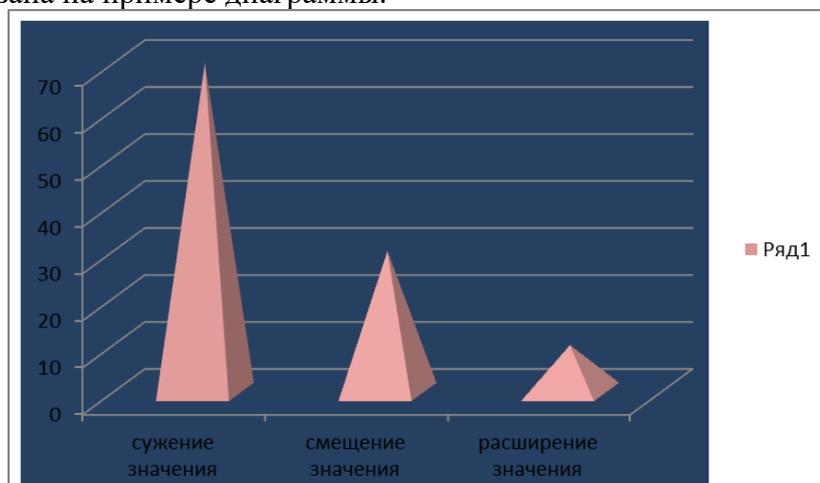


Диаграмма №1

Также, немаловажным будет отметить, что при заимствовании, иногда, происходит такое явление, как

субстантивация. То есть переход любых частей речей в разряд имён существительных.

Арабское прилагательное “sharif” — “знатный, благородный” было заимствовано французским языком как существительное «shérif» — “шериф”. Арабское отглагольное имя существительное “halifat” — халифат, заимствовано во французский язык, как субстантив мужского рода “califat”, халифат.

В ходе исследования было выявлено 5 тематических групп АЛЕ, частотность их использования показана в виде диаграммы.

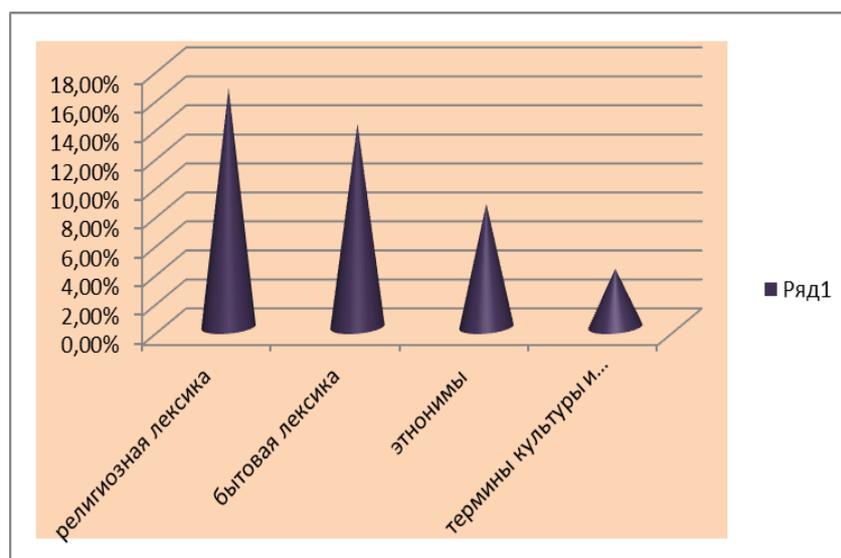


Диаграмма №2

Использование АЛЕ во франкоязычной арабской прессе обусловлено совокупностью факторов. Использование арабских лексических единиц в прессе, в ряде случаев обуславливалась отсутствием соответствующего понятия во французском языке. Заимствование религиозной терминологии диктовалось необходимостью точно выразить

различные понятия исламской реалии. Заимствования иной лексики было обусловлено тем, что значение АЛЕ намного ёмче, нежели у французских эквивалентов. К тому же, АЛЕ обладают дополнительными лексическими значениями, в зависимости от того, в какой арабской стране они используются.

Исследование семантики арабизмов приводят нас к убеждению, что в новой языковой среде арабизмы развиваются также как исконно французские слова. Арабские заимствования под влиянием системы французского языка, претерпевают значительные грамматические, семантические изменения, подчиняясь, соответственно, к грамматическим и семантическим законам данной системы. Заимствованное слово, попадая в новую языковую среду, начинает подчиняться её внутренним законам, тем самым ассимилируясь в новой языковой среде. А язык-реципиент, в свою очередь, развиваясь по своим законам, начинает, перерабатывает заимствованные элементы по своей системе [Завадовская, Г.В. 1963:144].

Литература

- [1] Апресян Ю.Д. Избранные труды. Т. II. Лексическая семантика. М.: «Языки русской культуры», 1995. 442с.
- [2] Завадовская, Г.В. Процесс освоения арабских заимствований в французском языке/ Г.В. Завадовская. М., 1963. 144 с.
- [3] Завадовская, Г.В. Арабские слова во Французском языке/ Г.В. Завадовская. Изд-во: Ташкент, 1958. 339 с.
- [4] Михайлов С. А. Мировые тенденции и национальные особенности в современной зарубежной журналистике/ С.А. Михайлов. СПб., 2002.
- [5] Спиркин А.Л. Краткая характеристика арабского публицистического стиля // Стаценко Ю.А., Спиркин А.Л. Общественно-политический перевод: Учебное пособие для V курса. Арабский язык. М.: ВКИ, 1980.
- [6] Nouschi A. La France et le monde arabe/ A. Nouschi- P: Vuibert, 1994. 394 p.

**The semantic analysis of Arab borrowings in French-speaking
Arab mass media.**

Sadykova M.

This work is dedicated to the research of Arab lexical units penetrating into the French language through mass media. In this study we analyzed the processes of assimilation and the fixation of Arab lexical units in French.

**Индихенизмы и архаизмы в перуанском национальном
варианте испанского языка**

Самигуллина К.Р.

Данная работа посвящена изучению лексического состава перуанского национального варианта испанского языка. Более подробно мы рассматриваем индихенизмы, чью базу составляют языки кечуа и аймара, наиболее распространённые на территории Перу, и архаизмы. Обе эти особенности лексического состава испанского языка представляют наибольший интерес.

Термин «национальный вариант языка» появился в лингвистике не так давно, в 60–70 годах, благодаря таким лингвистам, как В.В. Виноградов, Н.М. Фирсова, Г.В. Степанов, а также ряду зарубежных специалистов, внесших огромный вклад в развитие данного направления. Национальный вариант языка интересен тем, что «включает в себя все необходимые элементы языковой иерархии, принципиально характерные для любой структуры национального языка: литературный язык, диалекты, различные обиходно-разговорные формы языка (полудиалекты, территориальные и областные говоры и др.), т. е. структура национального варианта языка воспроизводит структуру любого самостоятельного национального языка, не образуя отдельного языка, но создавая национальный вариант по отношению к исходному, «историческому»

национальному языку» [1], в нашем случае к национальному языку Испании.

В Латинской Америке 19 стран являются испаноязычными. Перуанский национальный вариант испанского языка, также, как и остальные национальные варианты, имеет ряд общих и отличительных черт с пиренейским национальным вариантом, которые описаны Н.М. Фирсовой в её книге «Современный испанский язык». «Итак, общие черты:

1) Испанский язык имеет ранг официального (государственного).

2) Доля испаноязычного населения составляет более 50%.

3) Во всех национальных вариантах испанский язык маркирован определённой лингвистической спецификой; в каждой из стран имеется своя норма испанского языка.

4) Испанский язык выполняет в латиноамериканских вариантах полный объём общественных функций.

5) Общим фактором форм существования испанского языка в латиноамериканских странах является его престижность в сопоставлении с автохтонными этническими языками.

Отличительные черты:

1) Наблюдение существенного расхождения в плане процентного состава носителей автохтонных индейских языков, для которых испанский язык до сих пор не стал ни родным, ни вторым в связи с большой разницей в плане этнического состава испаноязычных государств Латинской Америки. Так в Перу 45% населения составляют индейцы кечуа и аймара, 37% метисы, белые — 15%, темнокожее население, китайцы, японцы и др. — 3%. Испаноязычных перуанцев насчитывается в наши дни не более 60%.

2) Наряду с испанским языком, который является официальным во всех испаноязычных латиноамериканских

государствах, подобный статус в Перу имеет язык кечуа и аймара.

3) Имеет место яркие различия в культуре латиноамериканских народов, а также неидентичность общественных укладов, что существенным образом влияет на функционирование испанского языка.

4) Прослеживаются серьёзные расхождения в степени влияния на испанский язык не только индейских языков, но и английского, которые находят своё отражение в национально-культурной специфике испанского языка в этих странах». [2]

Безусловно, перуанский национальный вариант испанского языка отличается от пиренейского на всех уровнях языковой системы. В частности, лексический уровень, который интересует нас в большей степени и на котором в данной работе рассматриваются индихенизмы и архаизмы, включает в себя не только вышеназванные группы слов, но и англицизмы, латиноамериканизмы и уличный жаргон.

На лексику испанского языка в Перу сильно повлияли индейские племена, в большом количестве проживавшие на территории данной страны. Именно поэтому изучение индихенизмов представляет такой интерес. Как подчёркивает Г.В.Степанов «после арабизации» испанского языка «индианизации» его лексики была вторым крупным этапом в процессе языкового (лексического) обособления испанского языка в семье романских языков». [3] У Х.М. Энгиты Утрильи в его работе «La lengua española en América: normas y usos actuales» индихенизмы представлены в виде определённых лексико-семантических групп. Например, «слова, обозначающие фруктовые деревья:

- **Lúcuma** «лиственное дерево родом из Перу, чьи съедобные плоды напоминают сливы»;
- **Palto** «дерево авокадо».

Или слова, обозначающие некоторые виды развлечений:

- **Pallar** «сочинять на ходу стихи в споре с другим куплетистом под аккомпанемент гитары»;

- **Taqui** «шумная встреча с песнями, танцами и алкогольными напитками».

Среди названий животных есть несколько довольно известных, у них нет перевода и в большинстве языков они звучат так же, как и на испанском: **cóndor**, **llama**, **puma** и **vicuña**.

Разнообразие перуанской флоры привнесло в испанский язык большое количество индихенизмов из языка кечуа. Некоторые слова, также относящиеся к данной области, были признаны общеизвестными: к таким относится, в первую очередь, **la papa** «картофель», которое древние индейцы называли **chuño**, это обозначение до сих пор прекрасно уживается с определениями «**fécula de la patata**» (картофельный крахмал) и «**alimento que se hace de esta fécula**» (пища, которая делается из данного крахмала).

Большая часть индихенизмов, по мнению специалистов, встречается, как в языке кечуа, так и в языке аймара; однако, есть такие слова, которые относятся исследователями непосредственно к языку аймара, например:

- **Chinchilla** «грызун из класса млекопитающих, чья ценная шкурка используется коренными жителями для изготовления пальто и украшений»;

- **Pacata** «определённая местная власть»;

- **Jora** «проросшая кукуруза, используемая для производства чичи (кукурузная водка)»;

- **Tití** «легко приручаемая маленькая обезьянка»;

- **Cholo** «метис, у которого больше преобладают индейские корни». [4]

Говоря о лексическом составе перуанского национального варианта испанского языка стоит упомянуть также и про архаизмы. Архаизм, согласно определению Ж.Марузо, — «это устаревшие слова, словосочетания, грамматические формы и синтаксические конструкции». [5] На базе диссертации Машихиной Е.В. «Устаревшая лексика национальных вариантов испанского языка: структурно-семантические и функциональные особенности» можно выделить собственно «лексические архаизмы (**almona** «общественное заведение»), лексико-словообразовательные (**atristar** в значении **entristecer** «печалить, нагонять тоску»); лексико-фонетические (**fierro** — **hierro** «железо») и семантические (у слова **pujar** устаревшим является значение «подниматься»)). [6]

Замечено, что слова, которые воспринимаются носителями пиренейского варианта, как устаревшие, могут широко употребляться в латиноамериканских вариантах из-за того, что язык Латинской Америки довольно консервативен, например, «**grama** в значении **cesped** «дерн, газон»; **angosto** в значении **estrecho** «узкий, тесный». [7]

Архаизмы также способны противопоставлять между собой несколько национальных вариантов, например, «слово **gago** (синоним **tardomudo** — «заика») — является архаизмом в аргентинском, уругвайском, парагвайском, чилийском вариантах, но до сих пор сохраняется в активном употреблении носителей перуанского варианта». [7]

Безусловно, в рамках данной работы невозможно рассмотреть абсолютно все лексические особенности и прочие тонкости, поскольку их достаточно много и все они заслуживают отдельного внимания. Перуанский вариант несомненно интересно рассмотреть и на остальных языковых уровнях, например, на грамматическом, фонетическом и прочих. И имеется достаточно работ как российских учёных, так и зарубежных, ознакомление с которыми было бы полезным для тех, кто заинтересовался подобной темой.

Литература

- [1] Филологические исследования: Памяти академика Георгия Владимировича Степанова. М.: Наука, 1990. С.13.
- [2] Фирсова Н.М. Современный испанский язык. М.: Восток-Запад, 2007. С. 25-28.
- [3] Степанов Г.В. К проблемам языкового варьирования. М.: 1979. С. 233.
- [4] Aleza Izquierdo M., Enguita Utrilla José M. La lengua española en América: normas y usos actuales. — Valencia: Universitat de València, 2010.
- [5] Марузо Ж. Словарь лингвистических терминов. 1960. С.23.
- [6] Машихина Е. В. Устаревшая лексика национальных вариантов испанского языка: структурно-семантические и функциональные особенности. АКД. — М.: МГУ, 2004.

Indigenus words and archaisms in the peruvian national variant of the Spanish language

Samigullina K.R.

This article is concerned with the lexical structure of the Peruvian national variant of the Spanish language. In more detail we consider indigenous words (their base consists of Quechua and Aymara, the most common indigenous languages in Peru) and archaisms. Both of these features of the lexical structure of the Spanish language are of great interest.

Глобализация как основная причина заимствований в китайском и английском языках

Санчес Шайда М. Т. Э.

В работе рассматривается процесс глобализации и его влияние на заимствования в китайском и английском языках. На примерах фонетических, этимологических и фонетико-семантических заимствований рассматривается лексика различной тематики: от общеупотребительной до компьютерной.

Китайский язык — это поистине великий язык сверхдержавы. Это самый распространенный язык по числу носителей в мире. Это один из 6 официальных и рабочих языков ООН. Китайский язык содержит большое количество заимствований. Заимствования — это одно из проявлений лингвистических контактов, языкового взаимодействия народов. [1] Это процесс, при котором слово или выражение из одного языка переходит в другой язык и при этом ассимилируется в новом языке. Процесс заимствований очень сложный: некоторые слова "приживаются" в новом языке, а некоторые — нет. Благодаря такому явлению, как заимствования — язык продолжает развиваться и не стоять на месте.

Одной из важных причин заимствований в китайском языке является глобализация. Глобализация — это процесс, в результате которого мир становится единой глобальной системой. В процессе глобализации в мировой экономике мировое пространство преобразуется в единую зону, где товар, услуги, информация и капитал свободно перемещаются по всему миру. Вопрос глобализации стал актуальным в конце 20 века. Глобализация оказывает влияние не только на экономику, но и на политику, культуру и идеологию.

Каковы причины глобализации? Это научно-технический прогресс и международное разделение труда. Это — либерализация торговли, в результате которой усиливается капитал и преодолеваются барьеры в торговле и обмене. Важной причиной является транснационализация — определенная часть производства, экспорта и импорта, а также доход страны зависят от решений международных центров за пределами страны.

300 миллионов жителей Поднебесной учат или учили английский язык, это способствовало появлению в английском языке лексики китайского языка. Ученые-

китаеведы считают, что этот фактор является главным в вопросе о глобализации английского языка.

Язык — это живой организм, ежегодно словарный состав увеличивается примерно на десять тысяч слов. Каждые сто минут появляется новое английское слово. Совсем недавно в лексику английского языка вошло слово *Chengguan* — муниципальное управление. В Гугл люди цитировали это слово более одного миллиона раз, а это значит, что это превышает минимум запросов для нового слова.

Специалисты уверены, что язык жителей Поднебесной будет оказывать огромное влияние на английский язык в нашем веке.

Wall Street Journal — газета, выпускаемая в Америке, специально использовала транскрипцию слова «дама» (перев. с китайского — «тетка»), чтобы показать покупательную способность китайских женщин среднего возраста, скупавших золото когда-то. Издание отмечает, что благодаря таким китайкам, Китай, как и Индия, может говорить о своем влиянии, оказывать на рынок драгоценностей.

Филологи и лингвисты считают, что употребление слова «дама» — это показатель стремительного роста страны. Директор Института языка и культуры Пекинского Университета полагает, что данное использование — это зеркало растущего влияния Поднебесной в международных масштабах, показатель мощи политики, экономики и культуры.

Глобальный языковой мониторинг (особая организация, учитывающая данные о языках) считает, что существовали взаимные обмены лексикой двух стран, но влияние китайского языка все-таки меньше, чем английского на китайский.

Английский язык использует китайские слова из-за отсутствия точного эквивалента. Языковеды считают, что

слияние китайского и английского делает проще изучение данных языков. Ученые-лингвисты, которые разрабатывают новую версию Оксфордского словаря, обнаружили весьма интересный факт, что в английском существует примерно тысячи заимствованных китайских слов. Пик заимствования английским языком китайских слов особенно отчетливо виден с девяностых годов.

Популярность Фэн — Шуй принесла свои плоды — Feng shui. Слова tai chi, yin yang, kong fu тоже появились в лексике английского языка. Колонизация XIX века повлияла на состав английской лексики — из Китая пришли такие слова, как Coolie- нанятый европейцами носильщик, kowtoun- кланяться до пола головой. Есть слово Gong Ho- это значит работать вместе, который возник в тридцатых годах. После Олимпиады в 2008 году англичане стали говорить Jiayou, что означает «Удачи». И необходимо сказать, что в кругах делового общения англичане употребляют слово Guanxi, что означает «отношения», иногда его используют в отношении коррупционных действий.

Английские слова в китайском языке можно разделить на несколько тематических групп. Это название организаций (星巴克 (Синбакхэ) Starbucks), напитки и еда 咖啡 (Кхафей) coffee (café), общеупотребительная лексика (拜拜 (Пай-пай) bye-bye) и действия (乒乓 (Пхинпхан) ping-pong) [2].

На примере основных видов заимствований рассмотрим влияние глобализации на лексику китайского языка.

Фонетические заимствования — это способ заимствования фонетического содержания иностранной лексики и его воспроизведения. В китайском языке в начале девятнадцатого века стали появляться английские и японские слова. Далее с появлением новых товаров стали постепенно появляться заимствования. Например, слова 巧克力

(тиаокхели) «шоколад»; 麦克风(маикхефенг) «микрофон»; 沙发 (шафа) «диван»; 引擎 (иньтин) «двигатель» (англ. engine); 苏打 (сута) «сода»; 比基尼 (бидзини) «бикини»; 迷你 (мини) «мини» вошли в китайский язык с их появлением.

Фонетические заимствования используют в рекламе. Название американской продукции практически не меняют, чтобы оставить название популярного во всем мире бренда, и, тем самым привлечь покупателей и, следовательно, заработать деньги. Популярные 芬达 (феньта) Fanta, 谷歌 (гугэ) Google понятны даже человеку, не знакомому с китайским языком [3].

Фонетические заимствования используются для обозначений денег и валюты: «лира» 里拉 (лила), «рубль» 卢布 (лубу), «копейка» 戈比 (гэби) и также для компьютерной лексики: 伊妹儿 (имейэр) «e-mail»; 屁兔(пхитху) «Pentium 2»; 瘟米 (уэньми) «Windows Millenium»; 瘟头死 (уэнтхоусы) «windows»; 赛扬 (сайян) «процессор Celeron».

В структурно-семантических заимствованиях заимствуется словообразовательная модель слова, то есть семантико-морфологическая структура слова, например 马力 (мали) mǎlì лошадь+сила=лошадиная сила; 下意识 (сиаоиши) под + сознание = подсознание.

Этимологические кальки — это калькирование, которое раскрывает семантику иностранного слова, его значение.

По мнению Чжоу Цзумо семантический вид заимствований наглядно показывает китайцам, смысл конкретного слова. Носитель, разбирая слово на смысловые части формирует в голове образы, которые дает ему понять или же наталкивают на мысль о слове, которое было «зашифровано» под этими иероглифами (最后通牒 (дзуихоутхундие) самый последний-нота = ультиматум, 打火机 (выбивать-огонь-аппарат=зажигалка) .

Фонетико-семантические заимствования — это особый тип заимствования, который характеризуется как симбиоз, которому присущ как признаки фонетических, так и семантических заимствований.

Это слова, которые звучат точно так же, как иностранные и передают структуру или семантику данного иностранного слова. (绿卡 lǜkǎ грин-карта, вид на жительство в США) [4].

Таким образом, глобализация является основной причиной появления заимствованной лексики. Анализируя проникновение слов в китайский и английский языки, можно понять, почему-то или иное слово стало заимствованием.

Литература

[1] Горелов В.И. Лексикология китайского языка. — М.: Просвещение, 1984. с 148; 358; 150.

[2] Кондрашевский А.Ф. Современный китайско-русский словарь. — М.: Восток-Запад, 2007.

[3] Семенас А. Л. Особенности лексических заимствований в китайском языке. Вопросы языкознания, 1997 — с. 48-57.

[4] Кленин И.Д. Иноязычные заимствования в современном китайском языке — М.: Мир китайского языка, 1998 — с. 43-49.

Globalization as the main cause of borrowing in Chinese and English

Sanches Shayda M.T.E.

The article about the influence of globalization on the English and Chinese borrowings. There are different examples of the phonetic, semantic, and phono-semantic borrowings.

Образ Франции в России: лингво-культурологический анализ

Смаилова Э.А.

В работе будет рассмотрена на примере Франции проблема восприятия в российской культуре иных стран. Задача данной работы состоит в том, чтобы показать, как стереотипный образ Франции и французов формируется в русской культуре и языке, с одной стороны, а с другой стороны, показать, каким образом язык структурирует этот образ.

Сегодня проблема межкультурной коммуникации набирает актуальность. На эту тему пишется все больше научных статей и трудов, созываются симпозиумы, конгрессы, конференции для обсуждения этого вопроса. Наблюдается все большее смешение культур, народы стараются обогатиться свою культуру за счет опыта других. Миграция населения становится все более динамичной. А конфликт культур и этническое напряжение растет с каждым годом. Однако в смешении культур есть и положительная сторона. Благодаря этому становится возможным объединение для совместной работы в научной, социальной, политической сферах общества. Все это привело к возникновению такого пристального внимания к вопросу о межкультурном общении.

С.Г.Тер-минасова в своей работе «Язык и межкультурная коммуникация» отмечает, что человек социален. Ему необходимо общение с другими людьми. Без общения нет общества, нет культуры, нет даже государства. От общения зависит большая часть жизни современного человека. Общение окружает людей с самого рождения и преследует до глубокой старости. Человек, отрезанный от связи с другими людьми, теряется, перестает существовать, как существо разумное, перестает размышлять, поддается

только своим природным инстинктам. «Общение — это столп, стержень, основа существования человека».

А поскольку самым важным связующим звеном общения является язык, возникает проблема межкультурной коммуникации. Это связано, прежде всего, с величайшим разнообразием культур, ведь каждый народ имеет свои исторические корни, свои традиции, привычки, общеизвестные обозначения, исторические реалии, свои мерки. И чтобы найти взаимопонимание, представителям разных народов и государств зачастую приходится внимательно изучать не только язык своего собеседника, но также культуру и историю его страны. Таким образом, в каждой стране формируется некоторое представление о других культурах и народах.

Это происходит за счёт влияния официальных и неофициальных периодических изданий, статей туристических агентств и комментариев в социальных сетях и СМИ.

Французская культура сохранила огромную притягательную силу для многих поколений. Жюль Верн, Антуан де Сент-Экзюпери, Винсент Ван Гог, Виктор Гюго, Александр Дюма, Клод Моне, Мольер, Эдит Пиаф и множество других французских писателей, поэтов, музыкантов, художников, танцоров давно стали лучшими послами Франции в России. Им удалось создать образ просвещенной, изысканной, утонченной страны. Однако моя задача, как будущего лингвиста, заключается, прежде всего, в том, чтобы рассмотреть образ Франции, увиденный глазами россиян, с лингвистической точки зрения.

Сейчас по всему миру распространены самые разнообразные слухи, анекдоты, истории как о Франции, так и о сложном и многостороннем характере ее жителей.

Согласно Р. Льюису в межкультурном общении складывается достаточно сложный и многогранный образ

Франции и французов. С одной стороны, это самодовольный и самодостаточный народ, ставящий свою страну в центр всего существующего порядка вещей. С другой, французы очень рассудительны, бережливы, чем объясняется их неодобрение ко всему инородному. Подводя итог, можно сказать, что общее мнение о стране и о ее жителях складывается под влиянием определенных факторов. Порой достаточно встретить одного невзлюбившего страну человека, чтобы и у вас сформировалось не самое приятное впечатление обо всем государстве. И поэтому в этом вопросе очень сложно найти объективную точку зрения.

В связи с тем, что в последнее время в мире наблюдается сближение культур разных народов в нашей стране, как и в других, все больше растет интерес к зарубежным культурам и народам. Однако увидеть объективную картину достаточно сложно по причине того, что под влиянием высказываний политических деятелей, статей и фильмов СМИ, навязанных стереотипов создается определенное, зачастую искаженное представление о стране. Францию считают «очаровательной» страной с богатой культурой, уникальной историей, необыкновенной природой. В то же время французов чаще всего описывают эгоистичными, меркантильными, заносчивыми, чересчур придиричивыми, циничными. В отечественных СМИ нередко упоминается их нелюбовь ко всему иностранному, в то время как туристические операторы, желая привлечь внимание туристов, описывают французов, как людей доброжелательных и гостеприимных.

Еще одной задачей данной работы является рассмотреть образ Франции, сформированный в России, с лингвистической точки зрения. После проведения подробного анализа можно сделать вывод о том, что в зависимости от конкретных целей, преследуемых источником, Франция выступает в хорошем или плохом свете. Туристические фирмы описывают Францию, как одну

из самых благоприятных стран для посещения и отдыха. С другой стороны, в неофициальных СМИ французы выступают с плохой стороны. Эту точку зрения часто поддерживают люди, прожившие некоторое время во Франции и вернувшиеся в Россию в связи с некоторым недовольством страной.

В целом образ Франции в России в большей степени положительный. Он складывается из множества мнений и источников и формирует восприятие страны у россиян в целом. Как уже упоминалось выше, для создания полной картины Франции следует тщательно изучать ее особенности, культуру, историю, не обращаясь к источникам, преследующим определенные цели и влияющим на восприятие страны.

Литература

[1] Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация — М.: Слово, 2000. — 146 с.

[2] Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимопониманию — М.: Дело, Академия народного хозяйства при Правительстве РФ, 2001. — 448с. 2-е изд.

[3] Боулдинг К. Экономический анализ — М.: Наука, 1969;

[4] Сепир Э. Язык. Введение в изучение речи — М.:185с.

[5] Тромпернаарс Ф. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса — М.: ООО «Попурри», 2004. — 528с.

[6] Тенги де А. Амбивалентность и отчуждение. Восприятие России во Франции/ «Россия в глобальной политике» 2013, т.11, с.20-29.

France image in Russia: cultural and linguistic analysis

Smailova E. A.

Our representation of any country can be wrong but our behaviour always shows the image but not facts. The aim of this article is to break out the problem of the vision of the other countries in Russian culture, image

of France in Russia, and to show the formation of the image of the country by different stereotypes.

Политическая пропаганда в Интернете. Информационные войны

Сташкевич А.А.

В данной статье рассмотрена проблема распространения политической пропаганды в Интернете и особенности ведения информационных войн.

Сегодня многие люди говорят о влиянии информационных технологий на мир. Они обсуждают, как бизнес, экономика, образование, и даже личностные отношения подвержены воздействию наступления информационной эпохи. Ведь потоки информации сильно увеличились в объеме за последние годы. Когда их стало неограниченное количество, разобраться, где правда, а где ложь, практически невозможно. Манипулировать людьми, формировать общественное мнение и массовую культуру теперь намного проще. На этой почве и возникают такие явления, как пропаганда и информационные войны.

Процесс глобализации приводит к расширению взаимосвязей различных культур, стран и народов. Универсальную коммуникативную среду в таком случае представляет собой Интернет. Он становится средством коммуникации с 80-х годов 20 века. А социальные сети — с 21 века. Как один из факторов межкультурной коммуникации в современном обществе, основанном на глобализационных тенденциях, Интернет также является причиной столкновения политических взглядов и убеждений, образования конфликтов, некоторых разногласий между народами.

Так как в Интернете определенной цензуры нет, а информационный поток слишком велик, невозможно

отслеживать высказывания и активность всех людей, и упрекать в несоблюдении моральных и нравственных норм. Например, Россия по статистике занимает последнее место по эффективности защиты информационной безопасности.

Виртуальное сообщество, как саморегулирующаяся социальная организация, по мнению экспертов, менее устойчиво и стабильно. Его члены, как правило, разделяют общие взгляды и ценности, следуют определенным нормам поведения. Они поддаются массовым процессам, у них формируется общее представление о событиях и явлениях. «Идеи, убеждения, исповедуемые саморегулирующейся социальной организацией, распространяются в электронном пространстве быстрее и обсуждаются активнее, чем взгляды индивидов, выраженные на митинге, в ходе пикетирования или других публичных акций, адресованы большому количеству людей и способны воздействовать на общественное мнение». [4]

Так обычный пользователь может спокойно найти, например, в социальной сети «ВКонтакте», группу, занимающуюся пропагандой политики какого-либо лидера государства. Возникает вопрос, почему человек не поймет, что это пропаганда и немедленно не покинет страницу? Все очень просто: администрация группы использует дезинформацию — это введение в заблуждение ложной информацией или заведомо ложная информация. [5] Этот метод особенно действует тогда, когда очевидная ложь повторяется много раз. Как известно, такой прием использовал Гитлер в своих речах. Далее эта политическая группа начинает набирать популярность и манипулировать мнением большинства.

Отсутствие гражданского общества в России является одной из причин, благодаря которой СМИ и Интернет ускоренными темпами пропагандирует определенные идеи, формируя общественное мнение. Нынешняя ситуация в Сирии тому подтверждение. Недаром телеканал «Россия-24»

рассказал всем, при какой погоде лучше всего наносить авиаудары. А президент страны подчеркивает: «Россия — миролюбивая страна, однако применит силу в случае угрозы её безопасности». [6] С одной стороны, это безобидное заявление. Но если анализировать последние события, то весь Интернет сосредоточил внимание на конфликте в Сирии. Конечно, это не значит, что данную актуальную новость не стоит освещать и обсуждать. «Однако, когда информации слишком много, то следует помнить, что манипулировать людьми становится проще. Так как общество становится легко ведомое и начинает воспринимать любую информацию». [7]

Несмотря даже на то, что в 21 веке Интернет, безусловно, является одним из главных средств межкультурной коммуникации, пропаганда и информационная война играют вспомогательную роль во всех других видах войн. Это очень серьезная проблема современности, так как человек думает, что он принимает собственное решение, но на самом деле на него оказывают негативное воздействие. Опасность состоит в том, что отразить информационные атаки трудно, а подготовиться к ним практически невозможно.

Политическая пропаганда в Интернете за последние годы сделала огромный шаг вперед. Сформировались различные методы и подходы распространения пропаганды не только на российском, но и международном уровне. Вследствие чего ведутся информационные войны, которые имеют не менее важное значение, чем вооруженные конфликты. Современные технологии психологической войны способны нанести противнику не меньший ущерб, чем вооружение. Сегодня информационно-психологические войны нового поколения становятся эффективным инструментом внешней политики. Их цель — добровольное подчинение общества, которое обеспечивается при помощи технологий психологического воздействия на сознание его

граждан. И, надо отметить, у них очень даже неплохо получается. Ведь пропаганда будет существовать всегда, до тех пор, пока люди будут формулировать новые цели и задачи.

Литература

[1] В.В. Барабаш, Г.А. Бордюгов, Е.А. Котеленец «Государственная пропаганда и информационные войны», Москва, 2015 г., с.25.

[2] А.В. Манойло «Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта» — Киев: Материалы V Международной научно-практической конференции «Информационные технологии и безопасность», вып. №8, 2005 г., с. 73-80.

[3] http://www.mediastudies.ca/articles/war_propaganda.htm

[4] В.А. Евдокимов «Пропаганда в Интернете», 2012 г.

[5] Т.Ф.Ефремова «Толково-словообразовательный словарь русского языка», 2012 г.

[6] <https://russian.rt.com/article/122738>

[7] Megan Burns «Information Warfare: What and How? », 1999.

Political propaganda in the Internet. Information Warfare

Stashkevich A.A.

This article touches upon the dissemination problem of political propaganda in the Internet and features conducting of information warfare. The difference between the terms «propaganda» and information «warfare» should be stressed. Information warfare is a periodic, happens under certain circumstances, and points to the negative side of the object. Propaganda has always conducted and typically pays attention to the positive side of the object. It is analyzed the ways by which the desired results are achieved. It is shown, how the Internet can participate in promoting the formation of public opinion, mass culture and ideology on the example of the current situation in the world. Data are given by some websites. It is found the relevance and significance of the problem at this stage of development of society.

Население Испании и его влияние на формирование испанского языка

Стужина Г.Н.

В данной работе изучается состав населения Испании и как он повлиял на формирование испанского языка.

Численность населения Испании составляет 47.684.278 миллионов человек. Население Испании сформировалось на основе разных этнических групп. Национальности в Испании представлены коренными жителями страны: каталонцами, басками, галисийцами, а также мигрантами из разных стран. Около восьмидесяти процентов населения страны составляют испанцы. Каталонцы, которых примерно шесть миллионов, проживают в северных провинциях, галисийцы (приблизительно, три миллиона) населяют четыре северо-западные провинции, а 0,8 миллионов басков обитают в трех северо-восточных провинциях.[1]

История заселения Пиренейского полуострова начинается еще до нашей эры, когда землю осваивает кельт-иберийский народ. На территории Пиренейского полуострова они установили свой язык, культуру и веру. В конце XI в. на эти земли приходят карфагеняне, и начинается период колонизации Испании.[2] Затем, на страницах истории Испании появляется всем известная римская империя, которая значительно повлияла на жизнь в стране. Римляне не только привнесли в страну полезные новшества (мосты, дороги, водопровод), но и провели романизацию, в связи с чем в стране изменился как язык, так и культура. С IV в. господство над Испанией переходит в руки варварам, а затем, в 711 г. они отдают свой трон маврам. [3] На протяжении долгих лет, люди разных племен обменивались между собой культурой, смешивали и формировали общий для всех язык. Так как же сформировался испанский язык?

Изучив историю населения пиренейского полуострова, мы можем перейти к этапам развития испанского языка:

- 1) античная романизация;
- 2) народная латынь;
- 3) распространение арабского языка;
- 4) расцвет кастильского диалекта;
- 5) распространение испанского языка;
- 6) географическая дифференциация испанского языка;
- 7) консолидация испаноязычного мира.

Теперь обратим внимание на сегодняшний национальный состав Испании. Как мы уже говорили ранее, в стране преобладает коренное население, которое представлено испанцами (или кастильцами — *castellanos*), каталонцами (*catalanes*), басками (*vascos*), галисийцами (*gallegos*). Остальную часть населения оставляют мигранты. В 1933г. в Испании произошел экономический подъем, после чего туда хлынул поток переселенцев — 6,7 млн. человек, что составило 14,3% населения за 2011 г. Такой большой приток населения имел для Испании важное экономическое значение, кроме того, иммиграция помогла сгладить негативные последствия низкого коэффициента рождаемости.

Существует так называемая классификация иммигрантов. Иммигранты в Испании делятся на несколько групп:

- 1) экономические мигранты;
- 2) выходцы из стран ЕС;
- 3) политические беженцы.

Несмотря на то, что испанский язык уже сформировался, он все равно гибок и подвижен, как и любой другой язык. Изменение национального состава Испании привело к появлению заимствований в испанском языке. Рассмотрим несколько примеров:

- 1) Слова английского происхождения: *hockey* — хоккей, *netbook* — нетбук.

2) Слова арабского происхождения: albañil — каменщик, berenjena — баклажан. [4]

3) Слова японского происхождения: karaoke — караоке, tsunami — цунами.

4) Слова русского происхождения: balalaika — балалайка, samovar — самовар.

Испания — это большая и интересная страна. А ее пестрое население привлекает внимание и интерес к изучению. В данной работе внимание было уделено национальному составу населения Испании и зарождению испанского языка, мы дали краткое представление о том, как появился испанский язык и через какие этапы формирования он прошел. Благодаря этому исследованию становится ясно, откуда появились диалекты и такое количество заимствований в испанском языке. Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что Испания — многонациональная страна с очень интересным и разнообразным населением. Изучение народов Испании поможет нам расширить представление не только о стране, но и об испанском языке.

Литература:

[1] Кожановский А. Н. Об этническом составе испанского народа // Вопросы истории. — 2011. — № 6. — С. 111-120.

[2] Вилар П. История Испании. — М.: АСТ: Астрель, 2006. — 223 с.

[3] Чеснокова О. С. Введение в мир испанского языка = Arroximación al Mundo Hispanohablante. Изд. 2-е. — Москва: РУДН, 2014. — 72 с.: ил.

[4] Мильчин А. Э. Издательский словарь-справочник: 3-е изд., испр. и доп. — М: ОЛМА-Пресс, 2006. — 558 с.

The population of Spain and its influence on the formation of the Spanish language

Stuzhina G.N.

Немецкая публицистика как плод реформации в Германии

Таран И.А

Знать истоки возникновения публицистики немецких реформаторов, а также содержание работ великих гуманистов крайне важно. Эти знания позволяют понять, как зарождается сопротивление против застывших устоев и непрекращающегося прессинга. Реформация XVI века — первая буржуазная революция в ее зачаточном состоянии. А публицистика того времени — это прямое отражение переживаний людей реформаторской эпохи, их мировоззрений и требований.

Знать истоки возникновения публицистики немецких реформаторов, а также содержание работ великих гуманистов крайне важно, так как эти знания позволяют понять, как зарождается сопротивление против застывших устоев и непрекращающегося прессинга. Реформация XVI века — первая буржуазная революция в ее зачаточном состоянии. А публицистика того времени — это прямое отражение переживаний людей реформаторской эпохи, их мировоззрений и требований. Однако работы гуманистов становятся не только зеркалом того времени, немецкая публицистика превращается в полноценное оружие, с помощью которого реформаторы способны достичь своей цели. Ульрих фон Гуттен, Мартин Лютер, Томас Мюнцер, Эразм Роттердамский — все эти общественные деятели и выявленные реформаторы использовали в качестве своего главного способа воздействия на массы — работы собственного сочинения, которые содержали в себе объяснение того, почему надо бороться с режимом, каковы причины и доказательства несостоятельности действующих устоев и многовековых традиций. Публицистика в данном случае становится главным рупором, который в состоянии рассказать все простым гражданам. Однако нельзя

обозначать труды гуманистов строго в революционном и политическом направлениях, их работы содержали также и большое количество морально-нравственных аспектов, которые выражались разными реформаторами различными методами. Кто-то использовал довольно простой язык, доступный для каждого. Так, в частности, делал Мартин Лютер. Эразм Роттердамский же использовал более сложные конструкции, большое количество метафор и аллегорий понятных далеко не каждому. Хотя публицистика и имела порой различные ответвления в целевой ориентации, но ее главная задача всегда была одна — агитировать. А как это делать и какими способами, каждый общественный деятель решал сам [1]. Тут фантазия у гуманистов включалась на полную катушку, использовались разные формы подачи. Как говорится, на любой вкус и цвет. Кстати, нелишним будет упомянуть то, что публицистика реформаторской эпохи меняется также и со временем. Ее содержание становится более смелым и наполненным критикой уже ближе к XVI веку. Тут критикуют и самого папу, и догмы и церковь в целом. Раньше же так называемые активисты себе такого не позволяли и были куда скромнее. Да и церковь совершенно по-разному реагировала на публицистику. Если раньше, где —то в XVI веке, автора обвиняли в ереси и сажали на костер, то уже в XVI веке отношение к публицистике было более благосклонное и снисходительное, так как реформаторская эпоха расцветала уже в полную силу и римско-католическая церковь окончательно теряла свое тотальное влияние, заменяя пустоту внешней дозволенностью и безнаказанностью за агитацию реформ.

В эпоху средневековья людям не представлялось возможным выразить свои протесты и недовольства социальным давлением, многочисленными унижениями. Только в крайне редких случаях кому-то удавалось показать несогласие с чем-либо, и то посредством светского, мирского языка. Религия тогда была самым главным институтом, она

владела умами практически всех. Именно поэтому все общественные группы оформляла себя исходя из теологических интересов и запросов. Только так можно было защитить свои права, найти для них обоснования.

Необходимо отметить, что эпицентром социального протеста была римско-католическая церковь. Она стала мощнейшим разветвленным феодальным институтом, наиболее организованным и властным органом, в чьих руках были сконцентрированы огромные ресурсы и корень средневековой эксплуатации. Нападение на церковное духовенство, а тем более на устои папского государства крайне жестоко наказывались и никогда не оставались незамеченными. В XIII веке церковью была создана инквизиция, точнее ее институт, задачей которого стало ликвидация всякого рода протестов и еретических учений. До сих пор неизвестна точная цифра людских потерь от этой преследовательской кампании. Однако есть информация, что к началу Нового времени число жертв перевалило за двенадцать миллионов человек. В народе слово «ересь» значило мученическое правдолюбие, которое было беспобедным и гарантировало отлучение от церкви и скорую смерть на костре [2].

Однако все эти попытки церкви подавить еретическое движение оказались в конечном итоге несостоятельными. Этому свидетельствует тот факт, что уже в XIV-XV веках явление ереси получило такое распространение, что оно становится повсеместным, разделяется на разного рода направления и наполняет новое движение все более глубоким нравственно — философским и социальным смыслом. Западная Европа теперь стоит на пороге реформаторского времени, когда власть папского государства рухнет, и верующие католики разделятся на два лагеря — за и против традиционной религии, гнета и насилия. Начнет зарождаться капиталистическое производство, а патриархально-средневековые отношения

разлагаться, что станет толчком к тотальному ослаблению всей системы господства.

У реформационной идеологии крайне долгая предыстория. Ее истоки можно увидеть уже в ересях народного характера XII века, в первую очередь, у лионского проповедника Петра Вальда. Потом в XIV столетии появляются великие работы оригинального мыслителя Марсилия Падуанского, а позже — позднесредневековая немецкая мистика Мейстера Экхарта и Иоганна Таулера.

Предреформаторы смело критиковали обрядово-культовую сторону средневековой католической церкви. Однако они еще не осмеливались не только ставить под сомнение догматы, но и даже комплексно их анализировать. Эти люди не стали покушаться и на идею «непогрешимости» существующего тогда верховенства, его «божественного» происхождения [3].

Необходимые предпосылки для реформации были созданы лишь столетие спустя. И то, что местом ее проведения и развития стала Германия, неудивительно. Ведь эта страна была наиболее политически рыхла, император не имел права ни назначать налоги, ни собирать феодалов вместе в единое время, ни создать полноценную армию, так как каждая земля была практически сама по себе, так называемых земельных правителей, было около тысячи. Именно из-за этой тотальной политической раздробленности Германия больше всего страдала от посягательств папского господства.

Интересно, что к началу Реформации немецкое бюргерство, с одной стороны, было не готово выдвинуть какую-то конкретную политическую программу, с другой, — не могло терпеть больше позднефеодальный эгоизм и хищничество, которое стало набирать обороты из-за развития рынка. Но наиболее ненавистным объектом должен был стать феодализм церковный — самый беззастенчивый, меркантильный и алчный.

Именно немецкая культура бюрократов произвела на свет плеяду гуманистов-антиклерикалов. Их идеи проникли глубже в народные массы, чем, например, учения эпохи Возрождения. Все это можно объяснить тем, что предреформатрские течения и Реформация непосредственно тонко чувствовали изменения в религиозных предпочтениях простого народа, лучше реагировали на религиозно-нравственные проблемы простолюдинов. Самое странное, однако, это то, что немецкий гуманизм никогда не причислялся к еретическим движениям. Сам этот факт знаменателен для истории в целом. Ведь где-то в XIV веке мыслителей подобных Эразму Роттердамскому или Иоганну Рейхлину непременно отправили бы на костер. Но уже в XVI веке папская церковь смотрит на них снисходительно. Эта своего рода дозволенность говорила, в-первую очередь, об упадке феодального могущества церкви. Все это предвещало то время, когда сам папа пострадает от обвинения в ереси. Эти факторы предсказывали также и в какой-то степени просветительское время, когда ересь стала равна понятию правдоверия в умах всех здравомыслящих людей.

Смысл немецкого гуманизма заключается в том, что реформаторы попытались соединить в едином эстетическом замысле Евангелия с моралью античной философии. Все это способствовало развитию веротерпимости, ее проповедования, а также исторической критики Писания. Нравственное обличение корыстолюбивого и эгоистичного духовенства нашло свое отражение в работах Эразма Роттердамского и получило особый сатирический оттенок в сочинениях Крота Рубеана, Германа фон Буша и Ульриха фон Гуттена. Именно они доказывали необходимость политической борьбы с папским Римом и осмелились поставить под сомнение феодальные догмы католической церкви, критиковать их. Однако вплотную решал эту задачу уже Мартин Лютер. Именно он стал первым еретиком, которого не смогло победить духовенство и посадить на

костер. Именно его анафема была сочувственно принята сотнями тысяч мирян во многих странах Европы [4].

Германия в XVI веке стала самой развитой страной в экономическом и политическом плане. Европой овладевает Реформация и приходит сюда уже в полной своей силе. Широко распространяются антифеодальные и антикрепостные движения, которые и положили начало протестантизму. Реформация — первая еще плохо созревшая буржуазная революция в истории человечества. Тут буржуазия и часть дворянства выступили против феодального господства католической церкви, что в конечном итоге ее удешевило, упростило и демократизировало. Церковь, наконец, стала зависима от государства, она уже не могла пользоваться такими огромными ресурсами и мощной властью, как раньше.

Стоит отметить также и то, что публицистика в реформаторскую эпоху — это не газетный продукт. Это, в первую очередь, публицистическая литература агитационного характера, которая оформлялась в виде воззваний, памфлетов, сатиры в прозе, диалогов и стихов.

Литература

[1] История культуры стран Западной Европы в Эпоху Возрождения // Под. ред. Л. М. Брагиной. М.: Высшая школа, 2001.

[2] Соловьев Э. Ю. Непобежденный еретик: Мартин Лютер и его время/ Вступ. статья Т.И. Ойзермана. — М. : Мол. гвардия, 1984.

[3] Blankenburg W. Überlieferung und Textgeschichte von Martin Luthers «Encomion musices» // Luther-Jahrbuch (1972), SS. 80—104.

[4] Смирин М. М. Народная реформация Томаса Мюнцера

German publicism as a result of Reformation in Germany

Taran I.A

To know the origins of journalism of the German reformers, as well as the content of the works of the great humanists is crucial, as this knowledge can explain how resistance emerged against ossified principles and incessant pressure. The Reformation of the XVI century is the first bourgeois revolution in its infancy. A journalism of the time is a direct reflection of people's experiences of reform era, their worldviews and requirements.

Передача стилистических черт подлинника при переводе текстов художественной литературы

Тасенко П.С.

В данной статье рассматриваются особенности перевода на русский язык текстов французской художественной литературы, а именно, средства передачи стилистических черт оригинала. В статье изучается проблема наиболее точного и адекватного отражения в переводе стиля автора произведения. Проведенный анализ подтвердил, что очень важную роль в переводе играет передача эстетической функции художественного стиля.

У каждого автора художественного произведения — свой неповторимый стиль, свой подход к выражению мыслей и чувств в книге. В словаре лингвистических терминов о художественном стиле речи, который, соответственно, употребляется в художественных произведениях, говорится следующее: "Конструктивный принцип художественного стиля — контекстуальный "перевод" слова-понятия в слово-образ. Специфическая стилевая черта — художественно-образная речевая конкретизация. Художественный стиль имеет общий для всех его жанров принцип использования языка, обусловленный образным мышлением автора в процессе творчества, эстетической функцией." [1]

Существует две противоположных точки зрения на то, стоит ли выделять художественный стиль речи (далее х.с.р.) в отдельный функциональный стиль. По мнению таких учёных, как Л. Ю. Максимов, А. К. Панфилов, Н. А. Мещерский и др., х.с.р. не может считаться отдельным функциональным стилем в силу ряда причин. Во-первых, в с.х.р. могут использоваться языковые средства, относящиеся к различным функциональным стилям (научному, официально-деловому, газетно-публицистическому, разговорному, церковно-религиозному). Во-вторых, для данного стиля не характерны какие-либо языковые специфические приметы. В-третьих, данному стилю свойственна эстетическая функция, что нехарактерно для вышеупомянутых функциональных стилей.

Позиция таких исследователей, как В. В. Виноградов, Р. А. Будагов, М. Н. Кожина и др., совершенно иная — х.с.р. необходимо относить к функциональным стилям речи. Для этого приводятся следующие аргументы. Неправомерно называть язык художественной литературы многостильным, так как использующиеся в нём отдельные языковые средства не определяют тот или иной функциональный стиль, причём, данные языковые приметы (напр., научные термины, фразеология официально-делового стиля) используются не в основной, а в изменённой функции, а именно, в изобразительно-выразительной. Эстетическая функция языка художественной литературы — это специфическая черта х.с.р., являющаяся одним из стилеобразующих признаков художественного функционального стиля [2].

На наш взгляд, язык художественной литературы следует считать отдельным функциональным стилем, так как он обладает некоторыми чертами, присущими только этому стилю, а именно — эстетическая функция текстов художественной литературы, образность повествования, субъективность и оценка, подчёркнутые автором того или иного художественного произведения с помощью

определённого набора изобразительно-выразительных средств.

Чтобы добиться наиболее адекватной интерпретации текста, переводчик должен тонко чувствовать стиль автора, не пытаясь привнести в перевод что-то своё; не шеголять витиеватыми формами и не "опускаться" до употребления просторечной лексики, если того не требует ситуация. Необходимо чётко разграничивать стили речи, чтобы перевод был наиболее точным, чтобы все слова в нём были "уместными".

Академик Л. В. Щерба разграничивал следующие стилистические слои:

- 1) Торжественный — к этому стилю относятся, например, слова *лик, вкушать*;
- 2) Нейтральный — *лицо, есть*;
- 3) Фамильярный — *рожа, улетать*;
- 4) Вульгарный — *морда, жрать* [3].

Таким образом, если по воле переводчика в его работе слова из явно высокопарного, торжественного стиля будут сочетаться с фамильярными выражениями, то перевод будет выглядеть по крайней мере странно, если не комично. Например, несуразно было бы перевести фразу из произведения классической литературы "Три Мушкетёра" А. Дюма:

"Mon fils, avait dit le gentilhomme gascon — dans ce pur patois de Béarn dont Henri IV n'avait jamais pu parvenir à se défaire <...>" [4] следующим образом:

"Эх, сынок, — сказал гасконский дворянин на прекрасном беарнском жаргоне, от которого Генрих IV не мог отделаться вплоть до кончины своей <...>"

Очевидно, что гасконский дворянин никогда не произнесёт это просторечное "Эх, сынок", а скажет скорее "Сын мой!". "Patois", одно из словарных значений которого действительно "жаргон", в данном контексте будет переводиться как "наречие" или "акцент", так как трудно

себе представить дворянина, употребляющего жаргонизмы. А сочетание фамильярного "не мог отделаться" и высокопарного "вплоть до кончины своей" и вовсе нелепо, уместнее было бы перевести это так: "<...> от которого Генрих IV *не мог отвыкнуть до конца своих дней.*"

Так, стилистически адекватным называется перевод, при котором сохраняется семантическое ядро единиц исходного языка (ИЯ) в переводящем языке (ПЯ), а изобразительные элементы перевода и оригинала в функциональном и структурном смысле соответствуют друг другу [5].

Важно отметить, что стиль перевода непосредственно зависит от исторической эпохи, в которую было написано произведение. Художественную литературу, ставшую классической, нужно, соответственно, переводить языком русской классической литературы, выдерживая стиль эпохи. И, наоборот, книги конца XX — начала XXI века следует переводить языком более современным, близким к языку нашего времени, иначе не избежать вышеупомянутой комичности.

Рассмотрим пример из перевода Ю. Н. Верховского "Эжени Гранде" Бальзака:

"-Maman, — dit-elle, — jamais mon cousin ne supportera l'odeur d'une chandelle. Si nous achetions de la bougie?"

"- Mais que dira ton père?"

"-Маменька, — сказала она, — братцу будет невыносим запах сальной свечки. Что, если бы нам купить восковую?"

<...>

"-А что папенька скажет?"

Ю. Н. Верховский использовал в переводе несколько архаичные, но понятные современному читателю слова "маменька", "братец", "папенька", которые широко употреблялись в русской речи в XVIII-XIX вв. Так, автор перевода показывает, что действие происходит в иную

эпоху, тем самым он сохраняет стилистическую окраску произведения. Данные слова не обозначают типично русских реалий, и поэтому не "выбиваются" из общего текста. Здесь это просто слова с уменьшительными суффиксами, и эта словообразовательная категория русского языка применительно к соответствующим словам подлинника придаёт тексту необходимый стилистический оттенок. Наоборот, слова "мать/мама", "отец/папа", "(двоюродный) брат" не имели бы подобного эффекта и не соответствовали бы стилю повествования [6].

При переводе текстов, удалённых по времени от настоящего, следует учитывать то, что в этом случае главной задачей является ознакомить читателя с тем или иным литературным памятником, верно передав содержание и при этом сохранив специфические черты литературы того времени, её стиль, синтаксические и лексические особенности. Так, если переводчик справится с этой непростой задачей, у читателя сложится верное представление о той или иной эпохе, что очень важно для восприятия произведения в целом.

Таким образом, перед переводчиком стоит непростая и ответственная задача — правильно, точно передать стиль повествования, тем самым погрузить читателя в ту атмосферу, в которую его хочет погрузить автор, сохранив эстетическую функцию художественного стиля в конкретном произведении.

Литература

[1] Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр-е и дополн. Назрань: Пилигрим, 2010. URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/lingvistic/> (Дата обращения: 23.03.2015)

[2] Кожина М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. — М.: Флинта, Наука, 2003. URL: <http://stylistics.academic.ru> (Дата обращения: 25.03.2015)

[3] Чуковский К. Высокое искусство. Принципы художественного перевода. СПб., 2014. — С. 129-130.

[4] Федоров А. В. Основы общей теории перевода. М.: Издательский Дом "Филология Три", 2002. — 394 с.

[5] Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. — 50 с.

[6] Попович А. Проблемы художественного перевода. — М.: БКГ им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. — 180 с.

Reflecting the stylistic traits of the authentic text in the literary texts translation

Tasenko P.S.

This article describes some particularities of translation of literary texts from French into Russian and in particular some means of conveyance of the original's stylistic traits. The article touches upon the issue of accurate and adequate reflecting the author's unique writing style. According to the results of the conducted research, the featuring of the authentic text aesthetic function plays a very important role in literary texts translation.

Геральдика Испании

Ус И.В.

Данная работа посвящена геральдике (гербоведение; от лат. «heraldus» — глашатай) — специальной исторической дисциплине, занимающейся изучением гербов, а также традиций и практики их использования на примере истории формирования и появления гербов и символов в Испании.

Цель нашего исследования состоит в том, чтобы показать связь между историческими событиями, происходившими в Средневековой Испании и в целом в Европе, с зарождением геральдики и отражением исторических процессов в геральдических символах.

Изобретение и использование всякого рода знаков и символов свойственно человеку и связано со способностями

к абстрактному мышлению, воображению и социальному типу формирования нашей цивилизации. Обычай избрания для себя или для своего рода особенного отличительного знака, отличного от других, имеет очень древние корни и распространен повсюду в мире.

Изначально гербы — это различные символы и изображения, помещаемые на доспехи, стяги, и личные вещи, описывались в произведениях Гомера, Вергилия, Плиния и других античных авторов встречаются свидетельства использования таких знаков. И легендарные герои, и реальные исторические личности, например, цари и полководцы, часто имели личные эмблемы.

«Гербы являются продуктом христианской эпохи и вместе с тем европейской средневековой культуры, хотя в основе их развития и могли войти, как элементы, некоторые пережитки быта и верований некоторых народов Древнего мира, а в последствии, как мы увидим, ими восприняты были и новые образы, занесенные в Западную Европу преимущественно с Востока» [1. С.14-15.].

Одной из важнейших идеологических атрибутов государства является наличие у него общих, региональных и местных символов — герба, флага, гимна, отражающих исторические, политические, военные, культурные традиции и местные особенности проживающих в его составе народов.

Яркое и красочное искусство геральдики развилось в мрачные времена упадка культуры и экономики, наступившего в Европе с гибелью Римской империи и утверждением христианской религии, когда возник феодализм и сложилась система наследственной аристократии. Основными причинами появления гербовой символики считается феодализм и крестовые походы.

Существуют несколько типов гербов:

- **Родовые.** Рыцарские гербы и другие символы, принадлежащие какому-либо роду.

- **Корпоративные.** «Городские ремесленники и торговцы создавали гильдии, регистрируемые в качестве «юридических лиц» и снабжаемые соответственно гербами. На корпоративные гербы помещались главным образом орудия труда»[2. С.90].

- **Церковные.** С первых дней своего существования церковь претендовала на высшую и абсолютную власть в этом мире, поэтому присвоила себе все атрибуты светской власти, в том числе и гербы. «Наиболее распространённые символы церковной геральдики — ключи св. Петра, орёл св. Иоанна и другие знаки, символизирующие различных святых, детали церковного обихода, и самые разнообразные кресты» [3. С.92].

- **Городские и государственные.** В основе городских и государственных гербов — печати феодалов, удостоверявшие подлинность документов, рассылаемых ими из своих владений. Родовой герб феодала, таким образом, переходил сначала на печать замка, а потом и на печать принадлежащих ему земель и городов.

Труды отечественных ученых, таких как: О.И. Бортник, И.В. Резько, а также Ю.В. Арсеньев, А.А. Щёлоков, М.Ю. Медведев, Н.Н. Стародубцев и зарубежных ученых: Д. Санти-Мадзини, С. Фрайер, Дж. Фергюсон, С. Слейтер, Л. Валеро де Бернабе, Э. Мартин раскрывают нам секреты геральдики и исторический контекст формирования геральдических символов в Испании.

В основе всех государственных гербов европейских стран лежали родовые гербы правящих династий. На многих современных европейских государственных гербах в том или ином виде присутствуют львы и орлы — традиционные символы власти и государственности.

Испания — одно из старейших государств Европы, сформировавшееся на протяжении многих столетий,

органично вобравшее в себя все многоцветье народов, языков, религий, нравов и обычаев.

Государственный герб Испании появился во времена Филиппа II (годы правления 1556-1598). Щит четверочастный, с узкой вогнутой оконечностью.

«В самом центре герба Испании — герб династии Бурбонов, чей королевский дом правит страной с 1700 года и по сей день, исключая время революций и годы правления диктатора Франко.

В 1-ой и 2-ой четвертях щита находятся гербы древних королевств Кастилии (замок) и Леона (лев), в XI в. положивших начало объединению государства. В 1479 г. Леон и Кастилия объединились с Арагоном, герб которого в 3-ей четверти щита» [4. С.14].

В 1492 году Реконкиста достигла своей конечной цели: пал Гранадский эмират, последнее исламское государство в Испании. В королевский щит внесли так называемую особую часть с плодом граната — гласный герб новоприобретенной провинции. Четвертая четверть щита — герб Наварры, добавлен после освобождения герцогства от мавров в 1512 г.

«Рассмотрение основ государственной геральдики и вексиллологии, истории формирования и развития государственных символов, а также государственных гербов и флагов других государств мира, позволяет понять, что международная государственная геральдика и вексиллология играют весьма важную роль и составляют неотъемлемую часть жизни общества. Человечество на протяжении столетий вырабатывало своеобразный и глубокий по своему смыслу мир символов, эмблем и знаков, отличающих те или иные особенности данной страны, народа или сообщества государств» [5. С.240-241].

Литература

[1] Арсеньев Ю.В. — Геральдика. Лекции, читанные в Московском Археологическом институте в 1907-1908 году. — Москва: Терра-Книжный клуб. 2001.

[2] Королев Г.И. К вопросу о появлении городских гербов в странах Центральной Европы // №11.

[3] Фрайер Стивен, Фергюсон Джон. Геральдика. Гербы — Символы — Фигуры. Перевод: М. Борисов. СПб.: АСТ-Астрель, 2009.

[4] Луис Валеро де Бернабе и Эухенио Мартин. Анализ основных характеристик испанской родовой геральдики и геральдических особенностей, существующих между различными испанскими провинциями. Мадрид. 2007.

[5] Бурков В.Г. Государственная геральдика и вексиллология: Россия, СНГ, Европа, Америка. Научно-справочное издание. — СПб.: Издательство ЭГО, 2004.

Spanish heraldry

Us I.V.

Современная языковая ситуация на территории Канады. Особенности французского языка

Шамова Е.А.

Формирование французского языка Канады происходило в течение многих веков, и каждое историческое событие откладывало свой отпечаток на создание языка.

Любой мировой язык — явление неоднородное. Французский язык не является исключением. На протяжении многих веков происходило его становление: постепенно появлялись новые слова, другие — прекращали свое существование, а некоторые возрождались, приобретая новый смысл. В связи с развитием торговых, экономических и политических отношений происходил языковой обмен, в

результате которого слова и выражения из одного языка заимствовались в язык другой страны.

Поскольку Франция вела колониальную политику на многих континентах, французский язык очень быстро распространился по миру. В странах, удаленных от Франции, французский язык также продолжал развиваться, но уже своим собственным путем. С каждым веком появлялось все больше различий между французским языком в странах, для которых он не являлся родным, и французским языком во Франции. Очень сложно охватить и рассмотреть особенности французского языка во всех странах мира, поэтому в данной работе рассматривается всего лишь один вариант французского языка — французский язык в Канаде.



Рис.1. Франкофония.

В настоящее время сохранилась непропорциональность в разделении населения страны на франкофонов и англофонов: вся территория Канада разделена на десять провинций и три территории, только в двух провинциях преобладает франко-канадское население. Франкоканадцы проживают в основном в восточной части Канады, в провинциях Квебек и Нью-Брансуик. В свою очередь все

франкофоны делятся на квебекцев и акадийцев. Квебекцы проживают в провинции Квебек, акадийцами же являются жители исторической местности — Акадии, которая включает в себя провинцию Нью-Брансуик.

Что касается восьми других провинций Канады, то в них преобладает англоязычное население, лишь в провинции Онтарио проживает значительное число франкофонов.



Рис.2. Административное деление Канады.

В Канаде широко распространено явление двуязычия. Еще в 1969 году был подписан «Закон об официальных языках Канады», а в 1982 году был окончательно закреплён юридический статус двух языков. Двуязычие поддерживается не только со стороны правительства, но и со стороны народа. Больше половины канадцев осознают важность сохранения и дальнейшего развития двуязычия в

стране, так как оно способствует развитию экономических отношений и обогащению культуры.

Распределение билингвов среди франкофонов и англофонов неравномерно в связи с тем, что франкоговорящее население вынуждено знать английский язык, который используется в большей степени на территории Канады, так как франкофоны являются языковым меньшинством: английским владеют около 44% франкоканадцев, и всего лишь 9% англоканадцев знают французский язык. Таким образом, большее число билингвов проживает в Квебеке и Онтарио.[1]

Изучение второго языка получило большое распространение на территории Канады. Как считают сами канадцы, каждый ученик помимо родного языка должен знать еще хотя бы один иностранный язык: «L'enseignement d'une langue étrangère devrait faire partie de l'éducation de chaque enfant. Une langue, c'est plus qu'un ensemble de sons et de syntaxe : c'est une culture, une façon de penser, une façon de voir le monde.»[3]

Современная языковая ситуация Канады является непосредственным продуктом исторического развития. В течение многих веков французский язык Канады испытывал большое давление со стороны английского языка, но, несмотря на это, франкоканадцы смогли сохранить свою культуру и свой язык, они смогли противостоять британской политике культурной ассимиляции франко-канадского населения.

Во французском языке канадцев существуют лексические особенности, которые также являются итогом исторического развития. Как пример можно привести архаизмы («bavasser» в значении «проговориться», «болтать», совр. франц. — «bavarder»), индианизмы («un casaoui» — «дикая северная утка»), англицизмы («time-table» — «расписание», фр. — «horaire»).[4]

В заключение можно сказать, что язык является зеркальным отражением действительности, культуры и эмоций. Вместе с историческим развитием народа развивается и язык. Сам по себе он ничего не представляет, это всего лишь набор знаков, и только человек способен строить язык, изменять и дополнять его. Поэтому, в зависимости от того, какой путь развития выберет человечество, тем или иным образом и будет происходить формирование языка.

Литература

[1] М.А. Пирогова, А.А. Кирсанова «Билингвизм как особенность языковой ситуации в Канаде»

[2] <http://www.statcan.gc.ca/>

[3] Secrétaire d'État américain à l'Éducation, devant le American Council on the Teaching of Foreign Languages, 21 novembre 2003: «Второй иностранный язык должен входить в систему образования каждого ребенка. Язык — это больше чем звуки и синтакс: это культура, особый способ самовыражения и мировоззрения».

[4] Реферовская Е.А. Французский язык в Канаде. — 3-е изд. — М: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012

Modern language situation in Canada. The peculiarities of the French language

Shamova E.A.

The formation of the French language of Canada has been happening for centuries, and every historical event left his imprint on the creation of the language.

Заемствования в сефардском языке

Швец Н.А.

С момента изгнания евреев из Испании начинается формирование сефардского языка. Еврейско-кастильский диалект

развился в отдельный неофициальный язык, имеющий статус бытового (разговорного). В связи с этим, в данном языке появилось множество заимствований.

Ладино (сефардский язык, еврейско-испанский, джудекко, спаньоль, джудезмо, хебронео) это разговорный и литературный язык сефардов — евреев испанского происхождения.

Сефарды (совр иврит — «испанцы») — один из еврейских субэтносов, наряду с ашкенази, йеменскими евреями, йехуди, караимами и т.п. Существование этносов детерминируется исторической расселённостью еврейского народа по многим странам мира. Сефардская группа сформировалась на Пиренейском полуострове. До 15 века большее число сефардов проживало в Испании и Португалии. [1]

Начало распространения этой разновидности испанского языка связано с изгнанием из Испании в 1492 году евреев, расселившихся главным образом на территории Османской империи, в Северной Африке, затем в Португалии, Италии, Греции, Румынии, Палестине. Пребывая в условиях иноязычного окружения и не имея статуса официального языка, он до сих пор сохраняет черты (главным образом в фонетике) испанского языка конца XV в.

Ладино относится к иберо-романской подгруппе романских языков. Сефардский язык является фактически продолжением ранне-еврейско-кастильского диалекта, включившего в себя носителей и черты остальных еврейских иберо-романских диалектов. Фактически, ладино — это койне на основе идиша и кастильского с примесью языков тех стран, в которых проживали его носители. Основные диалектные варианты — турецкий, румынский, югославский. Фонетически сохраняет ярко выраженные черты испанского, при этом имеет самобытную систему

орфографии. Так, в разное время были предложены и применены различные варианты письменности. [2]

Письменность на основе еврейского письма, традиционная для сефардского языка, практически не имела аналогов до XIX века.

Еврейско-испанский язык использует еврейским алфавитом с рядом модификаций для передачи специфических фонем. Ранние тексты написаны квадратными буквами с огласовкой или без нее, однако большая часть печатных изданий пользуется так называемым письмом Раши.

Алфавит продолжает использоваться сегодня, в особенности в религиозной литературе.

Письменность на основе греческого алфавита (в Греции) и кириллицы (в Югославии и Болгарии) применялась в прошлом в редких случаях, но не используется сегодня.

Письменность на основе турецкого алфавита применяется сефардами, проживающими в Турции с 1928 года. Этот вариант является одним из наиболее распространённых, поскольку в связи с Холокостом, уничтожившим европейское еврейство, значительная часть носителей сефардского языка сегодня проживает в Турции.

Израильский институт сефардского языка «Autoridad Nacionala del Ladino» и сефардский культурный фонд «Аки Ерушалаим» продвигают вариант латинского алфавита, при котором слова транслитерируются фонетически, вне зависимости от их правописания в испанском или старокастильском (исп. «сото» — сефард. «кото»; исп. «piña» — сефард. «piɲa»).

Письменность на основе испанского алфавита включает в себя орфографические нормы современного испанского языка. Эффективность этого варианта сомнительна, так как фонетика испанского языка подверглась значительным изменениям с XV века, в то время как фонетика сефардского

сохранила архаичные черты, более не отражаемые в неоднократно реформированном испанском правописании.

Наиболее консервативным и гораздо менее популярным является вариант принятия испанского алфавита образца 1492 года (старокастильского). В этом случае фонетические особенности сефардского получили своё отражение на письме. Однако в некоторых случаях имеется неопределенность в виде двойственного использования букв и буквосочетаний в этом алфавите, а также существует проблема передачи слов, заимствованных из других языков (в частности из иврита) [3].

Заимствования из иврита встречаются преимущественно в религиозно-ритуальной области.

- Alefbet (от евр. имена первых двух букв алфавита) Алфавит.

- Alhát (Первый день, связан с Евр. Ehad) воскресенье; Таким образом, он отличается от христианского воскресенья (в исп. Domingo, от лат. Domini).

- Kal (Евр.) сообщество, синагога.

В турецком диалекте ладино сильно влияние турецкого и итальянского языков.

- Balta (тур.) топор.
- Viterear (тур.) прекратить.
- Boyadear (тур.) рисовать, цвет.

Табл. 1. Заимствования из итальянского.

Русский	Итальянский	Ладино
Никогда	Mai	Ma
Свободный	Libero	Libero

В румынском и югославском диалектах — влияние французского языка.

Табл. 2. Заимствования из французского.

Русский	Французский	Ладино
Йод	Iode	Yodo (יודו)
Счастливый	Heureux	Orzo
Железная дорога	Chemin de fer	Shemin-de-fer

Также насчитывается огромное количество заимствований из испанского языка.

Табл. 3. Заимствования из испанского.

Русский	Castellano	Ladino
Прибывать	Arribar	Arrivar
Осел	Asno	Azno
Желудок, живот	Estómagο	Estomka

Следует упомянуть, что согласно сообщениям испанских СМИ, потомки евреев-сефардов, изгнанных из испанского королевства в конце XV столетия, отныне могут получить гражданство Испании по упрощенной процедуре. Для этого им даже не надо проживать на ее территории или отказываться от имеющегося у них гражданства. Принимая в начале июня этого года соответствующий закон, Мадрид заявил, что таким образом "устраняет несправедливость по отношению к сефардам, допущенную в далеком прошлом".

Благодаря этим событиям формируется тенденция к обратному процессу — сохранению сефардского языка, упорядочиванию его лингвистической базы и, как следствие этого, усилению его влияния.

Литература

- [1] Габинский М. А. Сефардский язык // Основы балканского языкознания. Языки балканского региона. Л., 1990.
- [2] КЕЭ, том 2, кол. 441–443.
- [3] Габинский М. А. Сефардский (еврейско-испанский) язык. Балканское наречие. Кишинёв: Штиинца, 1992.

Adoptions in sephardic language

Shvets N. A.

Since the expulsion of the Jews from Spain the formation of Sephardic language has begun. Jewish-Castilian dialect has evolved into the separate, unofficial language, which has the status of spoken language. In this regard, there are many loan words in this language.

Применение компьютерной лингвистики в СМИ

Яковлев Е.В

В данной статье исследуется новое научное и профессиональное явление — компьютерная лингвистика и ее использование для улучшения работы редакций СМИ. В статье изложено понятие компьютерной лингвистики, ее зарождение, непосредственные примеры ее использования в журналистике.

Что представляет из себя компьютерная лингвистика.

Компьютерная лингвистика — это новое направление прикладной лингвистики, которое изучает естественный язык и позволяет работать с ним с помощью методов компьютерного алгоритмирования. Это область, возникающая на пересечении гуманитарных и точных наук-лингвистики и программирования. Она дает представление о естественном языке как об одновременно биологической, социальной и знаковой системе и показывает, каким образом можно эту систему моделировать, какие существуют языковые структуры, и как их можно описать формально.

Для компьютерной лингвистики важны конкретные цели. Например, разработать автоматизированный синтаксический анализ слова, машинный перевод с одного естественного языка на другой, создать алгоритмы распознавания речи.

Над чем конкретно работают и будут работать в дальнейшем компьютерные лингвисты.

Профессия разделяется на несколько основных направлений, которые в совокупности образуют IT-лингвистический отдел. Одно направление — это программирование. Необходимы и глубокие лингвистические познания в области естественного языка. Наиболее часто выполняемые задачи, связанные с современной лингвистикой — семантический web. То есть, происходит поиск не просто по совпадению литер в слове, а по его контексту. Это может принести большую пользу работникам СМИ, которые постоянно взаимодействуют с огромными объемами информации. К примеру, журналисту нужно найти материал, чтобы подготовиться к грядущему интервью, либо просто ознакомиться с каким-либо явлением или событием для написания материала в интернет-издании. Говоря кратко, в интернете есть миллионы текстов, и нужно разложить их по полкам, представив отдельно взятые тексты в виде структурной таблицы — то есть, заниматься обработкой неструктурированной информации. С другой стороны, компьютерные лингвисты могут, к примеру, создавать искусственные тексты на естественном языке. Например, одна американская онтоинженерная компания создала механизм генерации текстов на различные темы — то есть, алгоритм способен писать полноценные журналистские статьи на темы изменения цен на недвижимость, биржевые котировки, краткие итоги спортивных мероприятий и о прогнозе погоды. Естественно, мы говорим о небольших статьях-сводках, которые требуют строгого и четкого стиля написания. По сути, эти алгоритмы постепенно забирают у журналистов лишнюю работу, и они скоро перестанут быть обремененными теми скучными заданиями, которые сейчас уже выполняет компьютер. Такое явление полезно владельцам издательств тем, что для написания сводок журналистом необходимо произвести лишние материальные затраты, в то время как компьютер не требует заработной платы.

В России подобными разработками уже активно занимаются такие фирмы как «АВВУУ», «Яндекс», «Лаборатория Касперского» и «Авикомп», и в дальнейшем список этих фирм может пополниться. В компании «Авикомп» уже начались разработки плагина для мгновенного поиска схожих статей по контекстной тематике. То есть, если вы прочитаете в сети какую-либо статью, вы можете тут же просмотреть историю сюжета: когда возникла тема, что было написано ранее и когда была вершина популярности к этой теме. Например, с помощью этой программы можно будет, сославшись на статью, посвященную событиям на Донбассе, проследить, как в течение какого-либо отрезка времени (неделя, месяц, год) развивались события. Сейчас это явление только начало развиваться, и компьютерных лингвистов очень мало на трудовом рынке.

Подготовка таких специалистов ведется только на 2-х факультетах — ФИВТ МФТИ и на филологическом факультете НИУ ВШЭ. Это направление обучения открылось совсем недавно — в 2011-м году компанией АВВУУ. На данный момент доступна лишь магистратура, которая адаптирована под бакалавров 2-х противоположных специальностей — филологов и программистов. Возможно, мы стали очевидцами явления, когда «физики» и «лирики» больше не спорят, а перенимают друг у друга умения, становясь универсальными специалистами в области IT и совместно разрабатывая новые продукты [1].

Практическое применение методов компьютерной лингвистики в журналистике.

Поиск новостных источников для СМИ.

Для журналиста, как для профессионала, который работает, в первую очередь, с информацией, необходим навык работы с ее поиском. Компьютерная лингвистика облегчает эту задачу. Вырезка из статьи:

«В компании Avicomp сейчас разрабатывается плагин для поиска близких по содержанию статей. То есть если вас заинтересовала какая-то статья, вы можете оперативно посмотреть историю сюжета: когда тема возникла, что писалось и когда был пик интереса к этой проблеме. Например, с помощью этого плагина можно будет, оттолкнувшись от статьи, посвященной событиям в Сирии, очень быстро увидеть, как в течение последнего года развивались там события» [2].

Для эффективной работы ему также необходимо находить новые, более эффективные методы ее добывания, и когда изобрели поисковые системы, журналистская работа во многом облегчилась благодаря относительно высокой скорости и задействования огромной базы данных.

В текущее столетие абсолютно все журналистские СМИ используют интернет для поиска материала, который будет впоследствии обработан редакцией и встроен, непосредственно, в контент. Объем данных сети интернет исчисляется сотнями экзабайт (*Прим.* 1 экзабайт = 2^{60} байт = миллиард гигабайт), и, соответственно, поисковые системы обрабатывают миллионы запросов в день. Перед самими поисковыми системами стоит конкретная задача — быстро и точно отвечать на запросы пользователей.

Безусловно, абсолютное большинство запросов вводятся журналистами на естественном языке, который, в свою очередь, может содержать в себе различные речевые ошибки и отсутствие конкретики. Одна из основных задач компьютерной лингвистики состоит в создании машинных алгоритмов, которые помогут поисковой системе быстро распознать текст, введенный на естественном языке. То есть, быстро отобразить релевантные документы, размещенные в сети. Модернизация поиска идет изо дня в день, и работа журналистов от этого становится все более эффективной, и повышение КПД поиска — исключительная заслуга компьютерной лингвистики.

Так как на 2015 год интернет имеет колоссальный объем данных — 966 экзабайт, то из этого нужно сделать вывод, что система поиска не может за короткий промежуток времени проверить абсолютно все веб-страницы для отображения запроса. Из этого следует, что система должна заранее произвести индексирование — структурирование данных. Индексирование позволяет к каждой словоформе найти все документы с нужными позициями слова, в которых они встречаются.

Сам поиск интернета состоит из двух частей:

- Подготовка поискового индекса
- Поиск ответа на конкретный запрос в индексе

Изначально поиск проходил по так называемому «Булевому поиску» — самая примитивная модель, ее работа заключалась в индексировании страниц по алфавитному указателю, и к словам, которые имеют те или иные буквы, проставлялись их координаты документов — пронумеровывались в определенном порядке.

Этот поисковый метод уже давно не используется из-за огромного количества недостатков. Поиск лишь сводился к пересечению и объединению списков словопозиций. Т.е. поиск рассматривал все эти документы как множество слов, и тем самым пренебрегая их порядком и количеством их использования.

Для решения этой проблемы как раз и нужны компьютерные лингвисты, которые разрабатывают более современные способы поиска. Современный поиск устроен несколько сложнее — поисковая машина возвращает документы, которые она упорядочивает по релевантности — сложной формулы, которая получается при использовании методов машинного обучения. Для каждого документа, найденного по запросу, указывается некоторое число, при помощи которого этот документ можно будет отсортировать, и чем эта величина выше — тем документ больше соответствует запросу — более релевантен. И этим больше оправдываются

ожидания пользователей, в то время как модель «булева поиска» может принимать только лишь 2 значения — либо «1», либо «0» — либо попадает документ в выдачу, либо — нет.

Проблема омонимии в поиске

Главной проблемой в поисковом синтаксическом анализе является омонимия — это когда два слова пишутся одинаково, и одинаково слышатся, но при этом имеют абсолютно разные значения. Поисковая система должна при этом понять, что пользователь подразумевал под написанным. Например, введем слово «ягуар» в поиске, и поисковой системе важно понять, что вы имели в виду. Если полвека назад это слово имело единственное значение, то сейчас определить его можно лишь при том или ином контексте.

Например, введем запрос «Прокатиться на ягуаре», и поисковик выдаст вам автомобиль. Это имеет очень большое значение для журналиста, который ищет материал для будущей статьи, поскольку его мотивы могут быть разными: снять репортаж о вреде «ягуара», написать статью об автомобильной выставке «ягуар», либо снять сюжет для телеканала «Discovery» о диких животных.

Опечатки

Опечатки могут встречаться практически у каждого, кто пользуется текстовыми редакторами, и причин множество — будь это несовершенное владение языком или случайные промахи по клавишам. Журналистам крайне необходимо писать статьи без опечаток, и не важно, случайны они или нет.

Как правило, поисковая система сама исправит пользовательский запрос — если она в этом уверена, а если не очень — придется поискать по-другому запросу, либо подмешает результаты 1-й выдачи с исправленными результатами. Обычно компьютер рассматривает варианты опечаток, сверяясь с контекстом того или иного запроса, и

исправляет их на основе того, что ищет литерные совпадения с тегами, которые расположены на сайте национального корпуса русского языка[3].

Литература

- [1] <http://habrahabr.ru/>
- [2] <http://theoryandpractice.ru/posts/4320-kompyuternaya-lingvistika-v-vyshke-anastasiya-bonch-osmolovskaya-o-novoy-magisterskoj-programme> — статья о компьютерной лингвистике
- [3] Баранов А.Н. Категории искусственного интеллекта в лингвистической семантике. Фреймы и сценарии
- [4] К. Манинг, П. Рагхаван, Х.Шютце — Введение в информационный поиск.
- [5] Daniel Jurafsky, Speech and Language Processing
- [6] Анатолий Аниссимов. Компьютерная лингвистика для всех
- [7] Городецкий Б.Ю. — Компьютерная лингвистика: моделирование языкового общения.

Application of Computational Linguistics in the media.

Yakovlev E.V

This article explores the new scientific and professional event — computational linguistics and its use to improve the performance of media outlets. The article described the concept of computational linguistics, its origin, immediate examples of its use in journalism.

СОДЕРЖАНИЕ

НАПРАВЛЕНИЕ «ПСИХОЛОГИЯ»

Сравнительный анализ ценностных ориентаций и мотивационных установок личности у студентов разных специальностей Абгарян А.Т.	3
Особенности агрессивности российских и иностранных студентов Асадбейли Парвин Абульфат оглы	7
Связь ценностных ориентаций с механизмом психологической защиты Александров И.А., Алексейцева А.С., Казинская Е.В., Половенко С.А.	13
Психология лжи и эмоции человека Афанасьева М.В.	18
Особенности и различия проявления личностных качеств у руководителей на предприятии и студентов-инженеров Анфимова Н.И.	22
Особенности мотивации студентов в сетевом взаимодействии Анхбаяр Т., Сунгурова Н.Л.	30
Самоактуализация личности и преодоление стрессовых ситуаций с помощью копинг-стратегий Ветрова А.О.	37
Определение уровня общительности среди студентов Африки, Латинской Америки и России Воликова А.Р.	40
Роль телеканала «Россия — Культура» в формировании идеалов и нравственных ценностей у массового зрителя Голубева О.В., Щетинина Е.А.	44

Специфика межкультурной адаптации и индивидуально-личностных факторов у монгольских и китайских студентов	
Жамбал Отгонгэрэл	49
Психологические особенности проявления стресса у студентов технических и гуманитарных специальностей в период сессии	
Закриничная М.В.	55
Психологические аспекты агрессивности личности медицинских работников в контексте модернизации здравоохранения	
Захарова М.И.	59
Особенности проявления смысло-жизненных ориентаций у сербов-билингвов и коренных сербов	
Здилар С.	64
IQ или EQ: что важнее?	
Казарян Н.	67
Особенности музыкальной психологии как отрасли психологии	
Каминская А.Б.	71
Современные направления исследований в области личности в интернет-пространстве и социальных сетях	
Минаева А.Ю.	77
Образ «Я» студентов в интернет-общении: психологический анализ проблемы	
Паньшина С.Е.	83
Изучение креативности и трудолюбия у различных творческих групп интернационального культурного центра Российского университета дружбы народов	
Перелыгина А.В.	90
Тренинг как способ сплочения интернациональных студенческих коллективов	
Перелыгина А., Оганисян А.	94

Психологические особенности развития детей от рождения до года в Доме малютки Петрухина Е.С., Алиева С.А.М.	98
Гендерные особенности лидерского поведения у руководителей Полякова Д.П.	103

**НАПРАВЛЕНИЯ «ЖУРНАЛИСТИКА»
И «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Интернет как средство межкультурной коммуникации Бобрик С., Лукьянова И.	109
Диалектизмы России Балгурина А.В., Брянская Е.О.	114
Культура и особенности жестовой коммуникации англичан и русских Гладышева К.	120
Кинокритика как вид журналистской деятельности. Изменение отношений: «кинолента – критик – зритель» Жаданова В. В.	127
Ситуация на Украине глазами проправительственных российских СМИ на примере «Первого канала» Зубкова Е.	133
Использование механизмов «мягкой силы» во внешнеполитической деятельности Российской Федерации Кузнецова А.Ю.	139
«Ой, все!» или, К чему мы привыкли в интернете Лисак А.А.	155
Пропаганда в СМИ: определение и основные приемы Мысова Т.Ф.	161
Арабские дизайнеры и их роль в мировой индустрии моды Рашкович Е.	166

Мода как естественный феномен культуры и социокультурной коммуникации	
Стрюкова Д. А., Ковалева Ю.	171
Манипуляция сознанием в современных политических программах	
Суббота А.А.	177
Структура жанра тележурналистика (телепередачи)	
Фаддеева Д.	184
«Лолита»- порок или любовь?	
Шарикова А.Е., Непесова Л.А.	188
Особенности новостных выпусков российского «Первого канала» и американской телерадиосети CBS	
Шаталина Е.И.	192

НАПРАВЛЕНИЯ «ЛИНГВИСТИКА» И «ФИЛОЛОГИЯ»

Вэньянизмы в современном китайском языке (по материалам современной китайской прессы)	
Айрапетян О.А.	198
Прагматические особенности жанра научной статьи	
Анисимов В.Е.	206
Межкультурные коммуникации в сфере спорта	
Антипин Е.П.	212
Анализ использования фразеологизмов в речи (на материале испанского и русского языков)	
Ануфриева А.С. Ковальногова М.С.	216
Классификация чэньюй в антропологическом аспекте	
Афанасьева М. В.	222
Взаимозаменяемость терминов «диалект» и «патуа»: насколько она оправдана?	
Бабанская А.С.	229

Территориальные варианты арабского литературного	
Гаджиева М.М.	234
Фразеологизмы-эвфемизмы в экономическом дискурсе французских СМИ	
Головчинер М. Д.	238
Стереотипные образы русских и России (по материалам электронных французских СМИ)	
Гребнева А.В.	244
Особенности клише и штампов во французском деловом письме	
Гурова А.В.	250
Особенности французской дружеской интернет-переписки	
Гурова А.В.	253
Место английского языка в лингвистической политике и системе образования Индонезии	
Гусева Ю.П.	257
Как обогатить словарный запас?	
Зиновьева Е., Рожелюк А., Воротилкина Д.	265
Фонетические различия высокого и разговорного стилей в современном французском языке	
Костеева Д.Ю.	269
Аргентинские гаучо	
Кужим К.С.	273
Технология написания стихотворений	
Кузнецова О.	277
Библеизмы в прессе стран Латинской Америки	
Куликова Л.Л.	283
Некоторые особенности лингвокультурной традиции Вьетнама (на примере имени)	
Ву Ван Куен	287
Образ воина — победителя в песнях войны	
Лихачева А.А.	289

Особенности языка бывшей Югославии тогда и сейчас Марьянович Д.	295
Ирония в художественном тексте Масалович Я.Д.	298
Сленг и литературная норма современного китайского языка Ооржак А.А.	305
Мотив случайности в русских рассказах Владимира Набокова Ратникова В.В.	309
Язык SMS: у англичан, русских и арабов Савина С., Фаргиева З., Быстрыкова Е.	312
Семантический анализ арабских заимствований во франкоязычных арабских СМИ Садыкова Мунира	318
Индихенизмы и архаизмы в перуанском национальном варианте испанского языка Самигуллина К.Р.	324
Глобализация как основная причина заимствований в китайском и английском языках Санчес Шайда М. Т. Э.	329
Образ Франции в России: лингво-культурологический анализ Смаилова Э.А.	335
Политическая пропаганда в Интернете. Информационные войны Сташкевич А.А.	339
Население Испании и его влияние на формирование испанского языка Стужина Г.Н.	343
Немецкая публицистика как плод реформации в Германии Таран И.А.	346

Передача стилистических черт подлинника при переводе текстов художественной литературы	
Тасенко П.С.	352
Геральдика Испании	
Ус И.В.	357
Современная языковая ситуация на территории Канады. Особенности французского языка	
Шамова Е.А.	361
Заимствования в сефардском языке	
Швец Н.А.	365
Применение компьютерной лингвистики в СМИ	
Яковлев Е.В.	370

Научное издание

**СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА –
ОТ ФОРМАЛЬНОСТИ К ТВОРЧЕСТВУ**

Издание подготовлено в авторской редакции

Технический редактор
А.В. Балгурина, А.А. Борзенкова, М.К. Гринфельдт
Дизайн обложки *Ю.Н. Ефремова*

Подписано в печать 13.12.2017 г. Формат 60x84/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 24. Тираж 100. Заказ 1858

Российский университет дружбы народов
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

Типография РУДН
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3 тел. 952-04-41