МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ

Молодежь и наука – 2011

Материалы международной научной конференции студентов 7 апреля 2011 года

Выпуск 6

Электросталь
2011

Печатается по решению

Ученого совета Нового гуманитарного института

Молодежь и наука – 2011: Материалы международной научной конференции студентов 7 апреля 2011 года. – Электросталь: Новый гуманитарный институт, 2011. – 308 с. – Вып.6.

Сборник научных работ студентов подготовлен по материалам международной научной конференции студентов Нового гуманитарного института, которая состоялась 7 апреля 2011 года.

Сборник содержит тезисы студенческих докладов, посвященных разным аспектам современной науки. В работах студентов рассматриваются вопросы, связанные с общими и прикладными лингвистическими аспектами, межкультурной коммуникацией, теорией и практикой перевода, страноведением Великобритании, психолого-педагогическими и методческими проблемами, социально-гуманитарными пробелмами современности, а также с вопросами дизайна, архитектуры и искусства.

Сборник предназначен для студентов, аспирантов и молодых ученых факультетов лингвистики, социально-гуманитарных дисциплин и дизайна.

Ответственный редактор:
М.Н.Николаева
кандидат филологических наук, доцент
проректор по научной работе
Нового гуманитарного института

© НГИ, 2011

Секция «Педагогика, психология и методика преподавания иностранных языков»

Брагина М.

5 курс, факультет иностранных языков
Нового гуманитарного института
Научный руководитель: *канд. филол. наук* ***И.А. Башкирова***

Обучение грамматике на уроках английского языка учащихся младших классов

В настоящее время изучению иностранного языка отводится важное место в связи с развитием внешнеэкономических, социально-политических связей различных государств. Таким образом, иностранный язык рассматривается как инструмент, позволяющий человеку ориентироваться в окружающем мире.

В связи с этим сейчас особенно актуальными стали идеи раннего овладения иностранными языками (М.З. Биболетова, Н.Д. Гальскова, Н.Н. Трубанева и др.).

Эксперименты последних лет подтвердили, что занятия иностранным языком развивают детей, прежде всего, их логическое мышление, поднимают их образовательный и культурный уровень, наблюдается положительное влияние изучения иностранного языка и на знание родного.

Раннее обучение иностранному языку способствует не только более прочному и свободному владению им, но и несет в себе большой интеллектуальный, воспитательный и нравственный потенциал.

Многолетние исследования показывают, что обучение иностранным языкам в младшем школьном возрасте:

– стимулирует речевое и общее развитие детей и повышает общеобразовательную ценность начального обучения, как фундамента общего образования;

– приобщает детей к культуре других народов, формируя тем самым общечеловеческое сознание;

– создает благоприятную исходную базу для овладения иностранным языком, а также для дальнейшего обучения языку, поскольку предотвращается образование психологических барьеров, которые возникают при начальном обучении иностранному языку в возрасте 1-11 лет;

– обеспечивает возможность более раннего завершения изучения первого языка и подключение второго;

– совершенствует общие умения (умение работать с книгой,

справочной литературой);

– формирует специальные учебные умения (умение работать с двуязычным словарем).

Следует заметить, что при грамотном построении методической системы с лингводидактической и психолингвистической точек зрения успех в овладении предлагаемым ограниченным речевым материалом и создание необходимых предпосылок для дальнейшего усвоения иностранного языка обеспечен практически всем детям. Эффект от занятий иностранным языком в младшем школьном возрасте непременно положительно скажется на развитии детей, культуре общения, будет влиять на активизацию всех психических функций, расширит общий кругозор детей.

Обращая внимание на особенности обучения иностранному языку в младшей школе, следует заметить, что важное место на уроках иностранного языка отводится игре. По мнению М.Ю. Курбатовой, «игра легко вписывается в урок и доставляет учащимся удовольствие».

Отметим, что изучение иностранного языка невозможно без усвоения грамматики этого языка. Начинать обучение грамматике необходимо уже на младшей ступени обучения.

Рассмотрим на примере учебно-методического комплекта для учащихся третьего и четвертого классов авторов М.З. Биболетова, О.А. Денисенко, Н.В. Добрынина, Н.Н. Трубанева, как представлена система упражнений для обучения грамматике.

Enjoy English 2 включен в Федеральный перечень учебников, рекомендованных Министерством образования и науки к использованию в общеобразовательных учреждениях. Он соответствует требованиям Федерального компонента государственного стандарта общего образования по иностранным языкам и Примерной программе по английскому языку для общеобразовательной школы.

Учебник состоит из 11 уроков. Каждый урок состоит из 4-6 частей: последние две части каждого урока Writing at home и Test Yourself. Такая структура обеспечивает максимальный охват всех видов речевой деятельности, способствует использованию учащимися ресурсов как активного, так и пассивного словарного запаса и придаёт динамичность учебному процессу.

Учебник для 3 класса состоит из четырех частей: Часть 1. Meeting Friends. Часть 2. Writing Letters to Friends. Часть 3. Who Lives in Fairy-Tales? Часть 4. Enjoying Your Home. Также в структуру учебника включаются приложения, в том числе и грамматический справочник.

В каждом разделе представлен новый грамматический материал (Remember), лексический минимум к уроку и соответствующие упражнения на закрепление нового материала, которые также могут быть выполнены как в устной, так и в письменной форме. Но на отработку

материала дается крайне мало упражнений. Так, в учебнике есть грамматический материал, посвященный изучению порядковых числительных; притяжательного падежа имен существительных; вопросительных местоимений и наречий; neither…..nor; оборот there is/there are.

Также в каждом уроке есть материал под названием Review. Упражнения раздела Review предназначены для повторения и закрепления пройденного грамматического материала и могут выполняться как в устной, так и в письменной форме (по усмотрению учителя).

Учебник для 4 класса является продолжением рассмотренного выше учебника и состоит из 7 частей. Включает в себя приложения. В каждом разделе представлен грамматический материал, посвященный изучению безличных предложений типа It's cold…..; Future Simple; степеней сравнения имён прилагательных; времени Past Simple; правильных и неправильных глаголов; местоимений some/any; отрицания no, предложений с союзом because; предложений с as….as.

Подводя итог анализа учебника авторов М.З. Биболетовой, О.А. Денисенко, Н.В. Добрыниной, Н.Н. Трубаневой, следует отметить, что дополнительно к заданиям по грамматике, представленным в учебнике, можно привлекать дополнительные материалы (параллельные учебники, альтернативные учебные пособия, другие дидактические материалы),

Также можно использовать упражнения на развитие умений и навыков как распознавания грамматических явлений в тексте, так и употребления их в устной речи.

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что при изучении иностранного языка в раннем возрасте следует учитывать, что нам надо заинтересовать ребенка. Для достижения этой цели следует чаще включать в урок игровые элементы. Малышей привлекает школа, но наиболее естественными для них являются игровые моменты деятельности, непосредственное общение с взрослыми и предметная наглядность.

Бувалая Т.

5 курс, факультет иностранных языков
Нового гуманитарного института
Научный руководитель: *канд. пед. наук, доц.* ***А.Я.Багрова***

Метод проектов в обучении иностранному языку

Новое время, новые условия профессиональной деятельности потребовали пересмотра как общей методологии, так и конкретных методов и приемов обучения иностранным языкам. Максимальное развитие коммуникативных способностей у учащихся – вот основная перспективная, но очень нелегкая задача, стоящая перед преподавателями иностранных языков. Именно сегодня условия для внедрения и

использования метода проектов предстают в наиболее благоприятном свете.

Метод проектов давно и прочно вошел в педагогическую практику многих стран мира. Такая популярность метода проектов объясняется тем, что он позволяет последовательно и эффективно формировать у учащихся самостоятельность мышления. Метод проектов – один из интерактивных методов современного обучения. Он является частью учебного процесса. Практика использования метода проектов показывает, что «вместе учиться не только легче и интереснее, но и значительно эффективнее». Метод проектов позволяет создавать на уроке иностранного языка исследовательскую творческую атмосферу, где каждый ученик вовлечен в активный познавательный процесс на основе методики сотрудничества. Этим объясняется большой интерес методистов и исследователей в области педагогики и психологии к проектной методике, а также их тщательное изучение принципов и разновидностей метода проектов, условий и возможностей его использования при обучении иностранному языку.

Наиболее полной классификацией проектов в отечественной педагогике является классификация, предложенная Е.С. Полат. Она может быть применена к проектам, используемым в преподавании любой учебной дисциплины.

В данной классификации по нескольким критериям выделяются следующие разновидности проектов:

1. По виду деятельности выделяют: исследовательские, творческие, ролево-игровые, информационные и практико-оринтиеровочные проекты.

2. По предметно-содержательной области проекты разделяют на: моно- и межпредметные проекты.

3. По характеру координации все проекты можно разделить на: проекты с явной координацией и проекты со скрытой координацией.

4. По характеру контактов выделяют: внутренние, региональные и межународные проекты.

5. По количеству участников проекты варьируются следующим образом: личностные, парные, групповые.

6. В зависимости от продолжительности проведения проекты могут быть: краткосрочные, средней продолжительности и долгосрочные.

7. По характеру конечного продукта проектной деятельности проекты делятся на: конструктивно-практические, игровые, информационно-исследовательские, сценарные, творческие работы и издательские проекты.

Проекты, предназначенные для обучения языку, обладают как общими для всех проектов чертами, так и отличительными особенностями, среди которых главными являются следующие:

– использование языка в ситуациях, максимально приближенных к условиям реального общения;

– акцент на самостоятельной работе учащихся (индивидуальной и групповой);

– выбор темы, вызывающей большой интерес для учащихся и непосредственно связанной с условиями, в которых выполняется проект;

– отбор языкового материала, видов заданий и последовательности работы в соответствии с темой и целью проекта;

– наглядное представление результата.

Проектная деятельность обучаемых состоит из нескольких этапов творческой, исследовательской работы. Этим проектная методика отличается от работы над темой, в которой часто достаточно просто усвоить новый материал по теме, от ролевой игры, от дискуссии.

Работа над проектом включает в себя:

1 шаг – определение темы.

2 шаг – разбивка темы на подтемы.

3 шаг – формирование инициативных групп.

4 шаг – сбор информации по теме.

5 шаг – переработка информации и её обсуждение.

6 шаг – систематизация информации, подготовка презентации, формирование выводов по теме.

7 шаг – подготовка творческих отчетов, представление презентации.

8 шаг – вывод и рецензирование.

Выполнение проектных заданий и участие в проекте позволяет учащимся извлечь практическую пользу от изучения иностранного языка. Следствием этого является повышение интереса к учебному предмету, исследовательской работе в процессе «добывания знаний» и их сознательного применения в различных иноязычных речевых ситуациях, а значит, способствует росту коммуникативной компетенции учащихся.

Васильева О.

4 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт,
Научный руководитель: *канд. пед. наук, доц.* ***Е.Г. Котова***

Урок английского языка в условиях ИКТ насыщенной образовательной среды

На сегодняшний день традиционная школа уходит на второй план, а ей на смену приходит общешкольная ИКТ насыщенная образовательная среда. Безусловно, информационно-коммуникационные технологии способны во многом изменить образовательный процесс. Сейчас существует несколько форм, реализующих ИКТ, к ним относятся: интерактивная доска и программное обеспечение SMART Board;

мультимедийные презентации; готовые обучающие программы; использование ресурсов глобальной сети, обучающие фильмы. Использование ИКТ на уроках иностранного языка позволяет решить ряд методических, психологических, педагогических и дидактических принципов, а также осуществляет дифференцированный подход в обучении. Важно отметить, что ИКТ на уроках английского языка являются не данью моде, а необходимостью. Решаются следующие задачи: 1) повышение мотивации учебно-воспитательного процесса; 2) развитие личности учащегося и его творческого мышления; 3) активизация мыслительных процессов (анализ, синтез, сравнение); 4) формирование информационной культуры у учащихся; 5) привлечение пассивных слушателей к активной деятельности. Некоторые издательства к дополнению стандартного УМК предлагают программное обеспечение для интерактивной доски. Нельзя не согласиться, что обучение всем четырём видам речевой деятельности с помощью современных высококачественных визуальных и графических эффектов имеет явный продуктивный результат. Издательство Express Publishing предлагает широкий выбор таких программ для различных уровней, начиная с Kindergarten (серия Happy Hearts) и заканчивая уровнем Upper Intermediate (серия Forum,Wishes). В этой сфере преуспели не только зарубежные, но и отечественные издательства. Не меньшей популярностью пользуется мультимедиа приложение “Enjoy Listening and Playing” для начальной школы к УМК М.З. Биболетовой “Enjoy English” издательства «Титул». В настоящее время во многих школах дети начинают изучать английский язык, не с 5, а со 2 класса. Использование средств наглядности является неотъемлемой частью при обучении младших школьников. Мультимедийные программы одновременно стимулируют у обучаемого сразу несколько каналов восприятия. Сочетание зрительного образа, текста и звукового ряда предоставляет большие возможности для комплексного развития навыков речевой деятельности учащегося на иностранном языке. ИКТ будет уместно при объяснении нового материала, а также при закреплении пройденного. Ресурсы сети Интернет для подготовки к уроку английского языка в современной школе могут быть использованы как учителем, так и учениками. Учащиеся активно используют всемирную паутину на уроках английского языка и во внеурочное время. Интернет служит и как средство общения, и как средство обучения, и как средство развлечения, а также и как средство получения информации. Например, сайт BBC English Learning предоставляет богатый аутентичный материал звукового и текстового содержания, который постоянно обновляется. Для учащихся самой интересной рубрикой сайта будут блоги. Как известно, главной задачей изучения иностранного языка является овладение коммуникативной компетенцией, но, не находясь в стране изучаемого языка, добиться этой цели очень трудно. Блог может являться хорошим

средством для создания реальной ситуации общения. Учащиеся общаются со сверстниками из разных стран, а также могут и сами стать блоггерами. Сайт VOA Special English предоставляет большое количество материалов для прослушивания, включая радио- и телепередачи для тех, чей родной язык не английский. Все материалы разделены на следующие темы: американская жизнь, искусство и развлечения, образование, здоровье, история Америки и т.д. Использование различных сайтов повышает культурную компетенцию учащихся. Так, например, сайт http://www.londononline.co.uk/ предоставляет последнюю информацию о Лондоне – о музеях, выставках, достопримечательностях города, исторических сведениях и многом другом. Находясь в любой точке земного шара и имея доступ к интернету, каждый может быть в курсе того, что происходит в сердце Великобритании. Сайт на английском языке. И это не единственный пример – здесь http://www.pstr.ru/info/192.html можно найти ряд полезных web-ссылок на англоязычные сайты Лондона. Школьникам среднего звена может быть интересна организация Kidlink (http://www.kidlink.org), помогающая подросткам со всего света общаться через сеть. Kidlink поддерживает многие языки, включая английский. На сайте предоставлена подробная инструкция о регистрации, достаточно ответить на несколько вопросов о себе и можно получить доступ к ресурсам сети. Не теряют свою популярность wiki-сайты: с помощью простых программ любой желающий может создать свою страничку, открытую для редактирования всем или только избранным. Так, например, при возможности доступа к сети Интернет учитель совместно с учащимися может создать свой проект – сайт своего класса, где могут опубликоваться не только материалы, касающиеся школьной программы, но и дополнительная интересная информация, связанная с английским языком.

При наличии оборудования в классе, учитель будет стараться провести урок с мультимедийной презентацией. В сравнении с традиционным наглядным материалом она имеет ряд преимуществ: большее эмоциональное воздействие на учащихся, концентрация внимания, создание благоприятной эмоциональной обстановки на уроке. Всё это способствует лучшему усвоению материала. Современное поколение великолепно работает с компьютерами, поэтому индивидуальная и групповая проектная деятельность создания мультимедийных презентаций самими же учащимися развивает их творческую деятельность, самостоятельность, организованность, умение самостоятельно работать с информацией (поиск, обработка, оформление). Несомненно, учебные видеофильмы на уроках английского языка могу дать учащимся наглядное представление о жизни, традициях, культуре англоговорящих стран. При этом процесс овладения языком представляется как постижение живой иноязычной действительности. Также у учащихся повышается мотивация. С одной стороны, тема

учебного фильма может быть близка и интересна для самого ученика, а с другой стороны, учащийся видит, что обладает достаточными знаниями и понимает изучаемый язык. От этого появляется ощущение успеха, удовлетворение от своей работы, стремление к дальнейшему самосовершенствованию. Из выше сказанного следует, что учебные фильмы раскрывают широкие возможности для активной работы в процессе формирования речевых навыков и умений учащихся и делают учебный процесс овладения иностранным языком привлекательным для школьников. В связи с введением ЕГЭ, некоторые издательства предлагают готовые программы на CD-ROM дисках для подготовки к экзамену. У издательства Macmillan есть следующие программы Laser CD-ROM B1, Laser CD-ROM B1+, Laser CD-ROM B2.Они предлагает систему интерактивных упражнений, способствующих совершенствованию умений и навыков, необходимых для успешной сдачи ЕГЭ или кембриджских экзаменов PET и FCE. Таким образом, современный урок английского языка в условиях ИКТ насыщенной среды выходит на новый уровень образовательного процесса.

Литература

1. Альбрехт К.Н. Использование ИКТ на уроках английского языка// Информационно-коммуникационные технологии в педагогическом образовании.

2. Официальный сайт издательства Macmillan. Подготовка к ЕГЭ http://www.macmillan.ru/catalog/list.php?SECTION_ID=4&PAGEN_1=2

Венисов С.

5 курс, факультет иностранных языков
Нового гуманитарного института
Научный руководитель: *канд. пед. наук, доц.* ***Багрова А.Я.***

Использование компьютера в обучении иностранным языкам

В настоящее время в нашем обществе роль информационных технологий (ИТ) чрезвычайно важна, они занимают сегодня центральное место в процессе развития общества, его системы образования и культуры

Рассматривая вопрос об использовании технических средств обучения (ТСО), можно сказать, что они представляют собой технологию обучения, основанную на принципах информатики и реализуемую с помощью компьютеров. Главной отличительной особенностью современных ТСО от традиционных является применение компьютера в качестве нового и динамично развивающегося средства обучения, применение которого кардинально меняет систему форм и методов преподавания. Живя в современном обществе, человек информационного общества уже не может обойтись без компьютера.

Если рассматривать современные персональные компьютеры не просто как средство технической поддержки учебного процесса, а как

устройство, способное выполнять педагогические функции, несущее в себе конкретные знания и передающее эти знания в процессе диалога с обучаемым, то можно выделить три способа использования компьютеров в обучении.

1. Компьютер – помощник преподавателя. В этом случае процесс обучения строится в соответствии с традиционным содержанием образования и методами передачи знаний от преподавателя к обучаемым. Используемые при этом обучающие программы лишь моделируют некоторые задачи, темы, разделы изучаемого курса и общаются с обучаемым по достаточно жесткому сценарию. Здесь преобладает групповой метод обучения в традиционных группах, классах и т. п.

2. Компьютер – преподаватель. При таком способе также моделируется традиционная методика обучения и строится жесткий сценарий обучения. Однако соответствующие обучающие программы направлены на обучение целому курсу (информатике, английскому языку и т.д.). Как правило, они предназначены для индивидуализированного обучения (чаще всего в домашних условиях).

3. Компьютер – источник знаний и «оцениватель» знаний обучаемого. Здесь используется так называемая альтернативная педагогика, когда обучаемый, исходя из целей обучения и своих возможностей, опираясь на собственный опыт и знания, обращается к компьютеру как к носителю необходимых для него знаний или «оценивателю» полученных обучаемым знаний. Такой подход возможен как при групповом, так и индивидуализированном обучении в рамках дистанционного обучения.

Особенности организации обучающих программ требуют более детального рассмотрения.

I. Программы для работы со словарём:

1. Уордсток (программа для работы со словарем).

Программа для самостоятельного составления словаря. Обучаемый может записать до 1000 слов с их определениями и примерами. В любое время он может посмотреть слово или проверить свое знание лексики: на экране демонстрируется определение слова и следует вопрос о самом слове. Пример с пробелом служит подсказкой. Программа исключительно проста в работе и является идеальной для индивидуального обучения, а также для занятий в группе и обмена информацией.

2. Юнисаб (программа на подстановку).

В демонстрируемом тексте предварительно отобранные слова или выражения одно за другим выделяются более ярким изображением. Обучаемый должен подставить вместо них другие слова или выражения.

3. Юнилекс (программа для работы со словарем к тексту).

В программе составляется список всех слов текста по алфавиту и указывается частотность употребления каждого слова. Список может быть

записан на диск или выдан в печатном виде. Он может быть использован в подготовке лексических пояснений к определенным текстам.

II. Программы на заполнение пропусков:

1. Клоузмастер (программа на заполнение пропусков).

Программа позволяет преподавателю или обучаемому вводить, записывать на диск или редактировать тексты объемом до 50 строк. Обучаемый выбирает текст по названию и перед его демонстрацией на дисплее устанавливает, какие слова в тексте должны быть опущены (от каждого пятого до каждого пятнадцатого). Затем, просматривая текст с пронумерованными пробелами, заполняет их. Тексты на разных языках с пробелами могут быть получены в печатном виде. Обучаемые могут заполнить их на бумаге с удобной для себя скоростью и в удобное время сверить результаты своей работы с данными компьютера.

2. Кроссвордмастер (программа на заполнение кроссворда).

Программа позволяет создавать, записывать и решать на компьютере кроссворды, а также обеспечивает режим работы для двух обучаемых. Программист может определить размеры диаграммы (от пяти до пятнадцати квадратиков в любом направлении) и печатать в ней слова и пробелы. Кроссворд может быть любого типа – обучающий или развлекательный, со словами, придуманными тут же или взятыми из текста.

3. Гепмастер (программа на заполнение пропусков).

Программа позволяет преподавателю вводить большие тексты и определять элемент, который должен быть опущен – приставки, суффиксы, слова или выражения. При необходимости он может установить разрешение на другой, тоже правильный ответ. Текст вводиться через специальный процессор. Обучаемый может заполнять пробелы в любой последовательности и выбирать проверяющий или обучающий режим.

Каждый ответ может сопровождаться ключом, который появляется при любом ответе. Эта программа часто выбирается преподавателями для жесткого контроля формируемых навыков употребления языковых единиц.

III. Программа на догадку:

Пинпойнт (программа на догадку).

Программа представляет собой широко известную игру по восстановлению темы текста через минимум контекста. Она включает 60 текстов – образцов на различные темы. В программе используется одна из шести тем, показанных на экране, и демонстрируется одно слово из этого текста. Остальные слова этого текста опущены. Обучаемый, используя минимум информации, должен угадать какая тема из шести подходит к этому тексту. Он может запрашивать дополнительные слова до тех пор, пока не отгадает тему.

IV. Программа на скоростное чтение

Спидрид (программа на скоростное чтение).

Текст демонстрируется на экране частями по 8 строк в течение определенного времени (обучаемый должен выбрать время предъявления: от 1 минуты до 9 секунд – для очень медленного чтения; 9 секунд – для тренировки оперативной памяти). Цель упражнения – тренировка быстрого чтения с общим охватом содержания. После каждой страницы или всего текста могут быть предъявлены вопросы на множественный выбор. Текст может демонстрироваться как нормальным, так и увеличенным шрифтом.

При выборе времени предъявления текст может быть использован для проверки навыков чтения с общим охватом содержания без ограничения времени.

Заключение

В наши дни уже не вызывает сомнения необходимость использования компьютеров в обучении иностранным языкам. С информационной точки зрения искусство обучения может рассматриваться как наиболее эффективная организация общения обучаемых со знанием, а основная задача современного образования – научить эти знания добывать, классифицировать и использовать в своей повседневной жизни.

Вигуль Е.

2 курс, экономический факультет,
Хакасский технический институт –
филиал Сибирского федерального университета (г.Абакан)
Научный руководитель: *ст. преп.* ***И.В. Тонкошкурова***

Роль дисциплины «Иностранный язык» в становлении профессиональной ментальности студента – будущего инженера

Формирование в системе инженерного образования высокого уровня информационной культуры является необходимым требованием обеспечения продуктивности инженерной деятельности и одним из условий становления профессиональной ментальности студента – будущего инженера. Основными компонентами профессиональной ментальности являются профессиональные знания, профессиональная культура и профессиональная деятельность, на основе которых возникает и развивается определенная «настройка» сознания на восприятие действительности с позиции своей профессии, а также система личностных качеств, способствующих освоению и осуществлению именно данной профессиональной деятельности [1]. Для формирования профессиональной ментальности личности нужны годы профессиональной деятельности. Но период обучения в вузе мы рассматриваем как этап первичного вхождения в профессию, во время которого осуществляется становление профессиональной ментальности будущего инженера.

Задачи становления профессиональной ментальности студента в процессе учебной деятельности решает вся совокупность преподаваемых в вузе дисциплин, в том числе и дисциплина гуманитарного цикла «Иностранный язык». Само понятие «гуманитарный», то есть проникнутый непосредственной заботой о человеке, подразумевает в качестве своей основы не только сумму знаний по гуманитарным наукам, но и особое состояние ума, умонастроенность. Сам факт наличия гуманитарных дисциплин в техническом вузе расширяет научно-образовательные возможности вуза, нейтрализует жесткость технократической среды, способствуют социализации и формированию коммуникативных навыков выпускников, помогают им адаптироваться в рыночно-конкурентной среде, быстрее освоить психолого-педагогические тонкости производственно-экономических отношений, успешнее преодолевать психологические барьеры в работе с персоналом.

Однако функции дисциплины «Иностранный язык» в профессиональном становлении будущего инженера представлены в ФГОС ВПО третьего поколения недостаточно развернуто. Проектируемый результат освоения дисциплины заключается согласно стандарту в умении вести на иностранном языку беседу-диалог общего характера, читать литературу по специальности с целью поиска информации без словаря, переводить тексты по специальности со словарем. Также в качестве результата освоения дисциплины определяется овладение будущим инженером рядом профессиональных и общекультурных компетенций, которые, могут характеризовать социально-профессиональный и личностно-профессиональный контексты профессиональной ментальности инженера, что позволяет нам говорить о потенциальных возможностях дисциплины «Иностранный язык» в становлении профессиональной ментальности студента – будущего инженера.

Особенностью иностранного языка как учебной дисциплины гуманитарного цикла является то, что он как бы «беспредметен» (И.А. Зимняя): он изучается как средство общения, а тематика и ситуации для речи привносятся извне. Поэтому иностранный язык, как никакая другая дисциплина «межпредметен», открыт для использования в различных областях знания и практической деятельности. В связи с этим, формируя профессиональные и общекультурные компетенции студента – будущего инженера, данная дисциплина способна решать образовательные, воспитательные и развивающие задачи.

Образовательные задачи заключаются в расширении кругозора студентов, повышении уровня их общей культуры и информированности в профессиональных областях знания. Это способствует развитию интеллекта студентов, совершенствованию работы механизмов восприятия, осмысления, памяти, внутренней речи, умения мыслить логически, анализировать и сопоставлять, делать обобщения и выводы,

повышению логико-мыслительной и речевой культуры, связанных в том числе с будущей профессиональной деятельностью. Как указывает И.А. Зимняя, на основе знаний и умений, которые студенты приобретают в процессе изучения иностранных языков, развиваются мировоззренческие, этические, эстетические, коммуникативные качества, обогащается тезаурус, формируется гуманитарный склад мышления [2].

Общепризнанным является воспитательный потенциал дисциплины «Иностранный язык». Соответствующий подбор учебного материала, отражающего прогрессивные идеи, беседы и доклады на общественно: политические темы, конференции, посвященные важным событиям, знаменательным датам, проводимые на иностранном языке – все это составляет большую содержательную базу для решения воспитательных задач.

К особенностям курса иностранного языка в техническом вузе относится то, что его изучение в отличие от специальных дисциплин начинается с первого курса и с самого начала обучения может давать студентам опережающие знания по общим основам их будущей профессиональной деятельности. Предвосхищение студентами будущих событий может стимулировать или затормаживать их развитие личности, эмоционально окрашивать весь ход жизнедеятельности, придавать определенный смысл тем или иным переживаемым состояниям, то есть оказывать влияние на развитие личностно-профессионального контекста профессиональной ментальности инженера.

Учитывая образовательные, воспитательные и развивающие возможности дисциплины «Иностранный язык», считаем, что если содержание учебного материала данной дисциплины максимально приблизить к специальности, то она может стать эффективным средством не только приобретения студентами знаний в профессиональной области, но и способствовать созданию будущими инженерами образа профессионального мира, частью которого является образ «Я» – представление о самом себе как части этого мира, осознанию смыслов, целей и задач деятельности как профессиональной группы так и своей собственной в рамках профессиональной роли. Таким образом, дисциплина «Иностранный язык» располагает огромным потенциалом в становлении профессиональной ментальности будущего инженера.

Литература

1. Сапогова, Е.Е. Концепты и ориентиры современного психологического образования/ Е.Е. Сапогова // Alma Mater. – 2003. – №10. С.8-13.

2. Зимняя, И. А. Культура, образованность, профессионализм специалиста / И. А. Зимняя //Проблемы качества, его нормирования и стандартов в образовании: сб. науч. ст. – М.: ИЦПКПС, 1998. – С. 31-37.

Дмитриева Л.

6 курс, вечернее отделение, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт,
Научный руководитель: *ст преп.* ***О.В. Березина***

О возможности применения проектной деятельности на занятиях иностранным языком в старших классах

Общественно-политические, экономические и социальные преобразования, произошедшие в нашей стране в последние десятилетия, привели к существенным изменениям и в сфере образования. Речь идет о смене исходных концептуальных основ, то есть парадигмы образования и воспитания. Учебно-дисциплинарный подход с установкой на «среднего ученика» уступил место личностно-ориентированному подходу [Бим И.Л., 2010]. Это вызвало к необходимости искать новые формы, методы и технологии обучения иностранному языку.

В качестве современной цели обучения иностранным языкам рассматривается формирование иноязычной коммуникативной компетенции, то есть способности и реальной готовности осуществлять иноязычное общение с носителями языка, а также приобщение школьников к культуре страны/стран изучаемого языка, лучшее осознание культуры своей собственной страны, умение представлять ее в процессе общения [Бим И.Л., 2010]. Все это может быть достигнуто лишь при личностно-ориентированном подходе к образованию и воспитанию подрастающего поколения, когда учитываются потребности, возможности и склонности школьника.

Личностно-ориентированная парадигма представляет собой исходный концептуальный подход к образованию и воспитанию, нацеленный на развитие личности школьника, на его самоопределение, самореализацию, социальную адаптацию. На старшей ступени эта нацеленность приобретает особую значимость.

Основные функции старшей ступени обучения в системе общего среднего образования – в ее назначении:

- ✓ обеспечить завершение школьниками общего полного среднего образования и подготовить выпускников школы к жизни и труду в современном постиндустриальном информационном обществе, способствовать их социальной адаптации к условиям современного мира;
- ✓ помочь учащимся в их самоопределении, в выборе дальнейшего жизненного пути в соответствии с их склонностями, возможностями, способностями;
- ✓ стимулировать старшеклассников к продолжению образования и создать условия для облегчения их перехода из одного звена системы образования в другое, а также нацелить их на самообразование.

Личностно-ориентированный характер обучения иностранному языку диктует необходимость переосмысливать как обучающую деятельность учителя, так и деятельность и позицию учащегося по усвоению языка. Ученик становится главным субъектом учебного процесса. Учитель выступает не просто в роли модератора, создающего стимулы, побуждающие ученика к усвоению содержания обучения, – он является помощником и организатором общения на изучаемом языке.

В большинстве программно-нормативных документах отечественного происхождения и исследованиях по проблемам языкового образования подчёркивается важность применения деятельностного подхода в обучении иностранным языкам. Овладение иностранным языком при опоре на деятельностный подход позволяет обучающимся вести себя как подлинным «субъектам социальной деятельности», то есть как членам социума, решающим задачи в определенных условиях, в определенной ситуации, в определенной сфере деятельности [Общееевропейские компетенции владения иностранными языками: изучение, обучение, оценка/департамент по языковой политике. – Страсбург.: Совет Европы, 2001]. В связи с этим, деятельностные технологии, в том числе технология проектной деятельности, могут рассматриваться как наиболее эффективные в плане овладения иностранным языком как средством межкультурного общения.

Технология проектной деятельности базируется на методе проектов. Метод проектов – один из интерактивных методов современного обучения. Он является составной частью учебного процесса и предполагает определенную совокупность учебно-познавательных приемов и действий обучаемых, которые позволяют решить ту или иную проблему в результате самостоятельных познавательных действий и предполагающих презентацию этих результатов в виде конкретного продукта деятельности. Метод проектов всегда предполагает самостоятельную деятельность обучающихся, проявляющуюся в различных формах деятельности – индивидуальной, парной, групповой, которую они выполняют в течение определенного отрезка времени. Если говорить о методе проектов как о педагогической технологии, то эта технология предполагает совокупность исследовательских, поисковых, проблемных методов, творческих, ориентированных на интеграцию фактических знаний, приобретение новых и на их применение [Полат Е.С., 2005].

Таким образом, метод проектов – это совместная деятельность учителя и учащихся, направленная на поиск решения возникшей проблемы, проблемной ситуации и реализацию полученных результатов в конкретном продукте.

Метод проектов находит все большее распространение в образовательных системах разных стран мира. Причин тому несколько:

- ✓ необходимость не столько передавать ученикам сумму тех или

иных знаний, сколько научить приобретать эти знания самостоятельно, уметь пользоваться приобретенными знаниями для решения новых познавательных и практических задач;

- ✓ актуальность приобретения коммуникативных навыков и умений, умений работать в разнообразных группах/командах, исполняя разные социальные роли;
- ✓ актуальность широких человеческих контактов, знакомства с разными культурами, разными точками зрения на одну проблему.

Особую значимость технология проектной деятельности приобретает в свете стандартов второго поколения. Если ученик школы приобретает указанные выше навыки и умения, он оказывается более приспособленным к жизни, умеющим адаптироваться к изменяющимся условиям, ориентироваться в разнообразных ситуациях, работать совместно в различных коллективах.

Проектная деятельность ставит обучающихся в ситуацию реального использования изучаемого языка, дает возможность переместить акцент с лингвистического компонента на содержательный и сосредоточить их внимание не только на языке, а на проблеме, способствуя осознанию целей изучения иностранного языка и процесса овладения им как продуктивной деятельности с учетом развития личности самого ученика. Реализация метода проектов связана с возрастанием познавательной активности обучающихся, развитием умений ориентироваться в информационном пространстве, умений самостоятельно конструировать свои знания.

Таким образом, проектная деятельность имеет особое значение при обучении иностранным языкам, предоставляя широкую возможность для формирования всех видов речевой деятельности (говорения, аудирования, чтения, письма) в комплексе, а также способствуя приобщению к культуре страны изучаемого языка и воспитанию учащихся.

Литература

1. Бим И.Л. Обучение иностранным языкам на старшей ступени полной средней школы. Методика обучения иностранным языкам: традиции и современность. Коллективная монография под редакцией академика РАО Миролюбова А.А.- М.: Титул, 2010. – 464с.

2. Концепция модернизации российского образования на период до 2010 года. – М.: 2002. – 28 с.

3. Общееевропейские компетенции владения иностранными языками: изучение, обучение, оценка/департамент по языковой политике. – Страсбург.: Совет Европы, 2001. – 256с.

4. Полат Е.С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / Е.С. Полат. – М, 2005. – 272с.

5. Полат Е.С. Метод проектов на уроках иностранного языка / Е.С. Полат // Иностранные языки в школе. – 2002. – №2, №3.

Евангелиди Н.

6 курс, вечернее отделение, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт,
Научный руководитель: *ст преп.* ***О.В. Березина***

Условия формирования мотивации младших школьников к изучению иностранного языка

Четырехлетняя начальная школа является первой ступенью модернизируемой школы с обновленным содержанием образования. Перед новой школой ставятся задачи, отвечающие мировым тенденциям развития образования, такие например, как повышение требований к общей культуре, формирование готовности к межнациональному и мужкультурному сотрудничеству.

В концептуальных документах, посвященных обновленному начальному образованию, отмечается, что на начальной ступени обучения в школе происходит становление личности младшего школьника, выявление и развитие его способностей, формирование умения и желания учиться. В числе необходимых умений и навыков, формируемых в начальной школе, помимо навыков учебной деятельности, упоминаются овладение элементами культуры речи и поведения, развитие коммуникативных способностей. И чем раньше начинается работа в этом направлении, тем более высоких результатов можно достичь, в том числе на уроках иностранного языка [Биболетова М.З., 2010].

В ходе исследования, учитывая современные требования, предъявляемые обществом к уровню владения иностранным языком современным человеком, тенденции изменения целей и содержания языковой подготовки младших школьников, мы определили комплекс педагогических условий формирования мотивации младших школьников к изучению иностранного языка, а именно:

- повышение профессиональной общепедагогической компетенции учителей с учетом специфики преподавания иностранного языка в начальных классах;
- усиление социокультурного компонента содержания обучения иностранному языку в начальных классах на основе учебно-методического комплекса;
- взаимодействие учителя и родителей младших школьников в процессе психолого-педагогического просвещения и культурно-досуговой деятельности.

Первое педагогическое условие предполагает повышение профессиональной компетенции учителей с целью их подготовки к преподаванию иностранного языка в начальных классах. Введение иностранного языка в качестве обязательного учебного предмета со второго класса требует качественно нового подхода к подготовке учителя.

Цели, поставленные перед предметом «Иностранный язык», должен реализовывать методически грамотный учитель, владеющий современными технологиями обучения, знающий психолого-педагогические особенности учащихся младшего школьного возраста, хорошо ориентирующийся в существующих пособиях по иностранному языку для начальной школы, способный заложить прочную базу на данном этапе обучения, которая обеспечивала бы преемственность начальной и основной школы.

Совершенствование общепедагогической компетенции осуществляется в процессе самообразования и коллективных формах повышения квалификации, в качестве последних могут быть методологические и теоретические семинары, консультации, тренинги, курсы профессиональной переподготовки и повышения квалификации учителей при институтах повышения квалификации работников образования, методических центрах и других образовательных учреждениях. С целью восполнения потребности в педагогическом самообразовании целесообразно создавать различные профессиональные объединения педагогов: лаборатории, кафедры, творческие объединения педагогов внутри школы и учительские клубы, ассоциации учителей, а также проводить конференции за пределами конкретного образовательного учреждения.

Второе педагогическое условие – усиление социокультурного компонента содержания обучения иностранному языку в начальных классах, которое выступает в качестве эффективного средства формирования внутренней мотивации младших школьников к изучению иностранного языка, расширения кругозора учащихся, активизации их познавательной, коммуникативной и творческой деятельности.

В настоящее время общепризнанным является факт, что овладение иноязычной речью как средством международного общения невозможно без знания социокультурных особенностей страны изучаемого языка. Содержание обучения иностранному языку должно быть «нацелено на приобщение учащихся не только к новому способу речевого общения, но и к культуре народа, говорящего на изучаемом языке, к национально-культурной специфике речевого поведения в стране изучаемого языка» [Гальскова Н.Д., Никитенко З.Н., 2007, 44].

Обучение иностранному языку с применением социокультурного подхода должно соответствовать интересам младшего школьника, учитывать его коммуникативные потребности в практической, интеллектуальной, в эмоциональной и других сферах, затрагивать его чувства, стимулировать фантазию и творческие способности, доставлять ему радость.

Содержание обучения, направленное на формирование мотивации к изучению иностранного языка, должно отвечать определенным требованиям.

1) Предметная сторона содержания обучения должна отражать типичные для учащихся начальной школы сферы общения: социально-бытовую, культурную, игровую.

2) Отобранный материал должен иметь коммуникативную направленность, высокую образовательную ценность, пробуждать у младших школьников познавательную и речевую активность, стимулировать их общение на изучаемом языке.

3) Отбор содержания обучения должен базироваться на условиях реального использования школьниками иностранного языка, что возможно за счет насыщения обучения интересной и значимой для детей младшего школьного возраста лингвострановедческой информацией, а также различными видами деятельности: изобразительной, музыкальной, трудовой, игровой и др.;

Третье педагогическое условие – взаимодействие учителя и родителей младших школьников, которое возможно осуществлять в процессе психолого-педагогического просвещения и культурно-досуговой деятельности. Деятельность родителей и педагогов в интересах ребенка может быть успешной только в том случае, если они станут союзниками, что позволит им лучше узнать ребенка, увидеть его в разных ситуациях, и таким образом, помочь взрослым в понимании индивидуальных особенностей детей, развитии их способностей, содействии в формировании мотивации детей к изучению иностранного языка. Внимательное, заинтересованное отношение родителей к успехам ребенка формирует у него мотивацию достижения успехов, и, наоборот, малое поощрение за успехи и большое наказание за неудачи закрепляет мотив избегания неудачи, который отнюдь не стимулирует положительное отношение к учению, в том числе к изучению иностранного языка.

Таким образом, соблюдение данных условий в комплексе будет способствовать формированию у младших школьников умения и желания учиться, а также позволит сделать процесс обучения иностранному языку более эффективным.

Литература

1. Биболетова М.З., Методика обучения иностранным языкам: традиции и современность / под ред. А.А. Миролюбова. – Обнинск: Титул, 2010. – 464 с.

2. Гальскова Н.Д., Никитенко З.Н., Теория и практика обучения иностранным языкам в начальной школе: учебное пособие для студентов педагогических вузов и колледжей. – Смоленск: Ассоциация XXI век, 2007. – 176 с.

Егорова В.

5 курс, факультет иностранных языков
Нового гуманитарного института
Научный руководитель: *канд. фило. наук* ***И.А. Башкирова***

Об использовании аудиовизуальных средств на уроках иностранного языка (английского) в старших классах средней школы

В современном обществе в связи с развитием разнообразных международных контактов иностранный язык как учебный предмет приобретает очень высокое значение в образовании школьников. Учитывая высокую роль иностранного языка как средства общения и взаимопонимания в мировом сообществе, важной задачей обучения иностранному языку методисты видят необходимость углубления изучения различных аспектов иностранного языка.

В настоящий момент в обучении иностранному языку большое значение имеет коммуникативная направленность обучения (И.Л. Бим, М.Л. Вайсбурд, Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез, М.В. Ляховицкий, Е.И. Пассов, Г.В. Рогова, В.В. Сафонова, Е.Н. Соловова и др.),

Очевидно, что усвоение и приобретение коммуникативных навыков – процесс весьма сложный и длительный и осуществляется, главным образом, через слушание. Сейчас уже ни у кого не вызывает сомнения тот факт, что аудирование – это сложное умение, требующее специального целенаправленного обучения.

К умениям, необходимым для успешного аудирования, относятся: *технические* – способность на слух различать фонологические пары и интонационные оттенки, соотносить звучащую оболочку со значением; *языковые* – знание фонологических и грамматических структур, лексики; умение воспринимать их на слух; *речевые* – умение дешифровать звуковые сигналы, т.е. соотносить звучание со значением; *коммуникативные* – умение понять звуковую установку говорящего («авторскую позицию»), иметь свою целевую позицию прослушивания.

Кроме аудирования, предполагающего исключительно слуховое восприятие, в процессе обучения иноязычной коммуникации важное значение имеет использование и других средств.

Отметим, что аудиовизуальные средства обучения делятся на *аудитивные* – средства обучения, предназначенные для слухового восприятия с помощью специальной звукозаписывающей и звуковоспроизводящей аппаратуры (магнитофон, аудио- и CD-плеер, проигрыватель и др), *визуальные* – средства обучения, предназначенные для зрительного восприятия печатного текста (рисунки, фотографии, таблицы, схемы, слайды) и *аудиовизуальные* – средства обучения, рассчитанные на одновременное зрительное и слуховое восприятие

учебного материала (кино-, теле- и видеофильмы, видеограммы со звуковым сопровождением (например слайдфильмы)).

Существует ряд объективных трудностей, препятствующих пониманию речи на слух. Эти трудности могут быть вызваны 1) характером языкового материала, 2) языковой формой общения, 3) смысловым содержанием сообщения, композицией, 4) условиями предъявления сообщения, 5) источниками информации, 6) аудитивным опытом слушающего. Знание вышеперечисленных групп сложностей позволяет правильно оценить уровень трудности аудирования, учесть их при организации учебного аудирования, снять их, а иногда и создать искусственно, максимально приближая учебное задание к ситуациям реального общения. Умелое сочетание индивидуальной, фронтальной и групповой работы, объединение в парной работе разных по подготовке учащихся, разнообразие интересной формы контроля, комментирование ошибок с указанием заметного улучшения восприятия на слух отдельных учащихся будет способствовать активизации умственной деятельности, повышению интереса к работе, личной и коллективной ответственности.

Рассмотрим на примере учебника для учащихся 11 класса авторов О.Л. Гроза, О.Б. Дворецкая, как в учебном процессе используются аудиовизульные средства обучения.

Учебник включает в себя 4 параграфа, каждый из которых разделен на 8 уроков. Каждый параграф посвящён определенной теме. Работа по теме в каждом уроке осуществляется на базе 4-6 упражнений. Они ставят целью развитие умений и навыков говорения, чтения, письма и аудирования. Первое задание помогает формировать навыки говорения на английском языке и включает в себя просмотр картинок, фотографий, карт (использование визуальных средств обучения). Второе задание подразумевает формирование умения понять основную идею текста и его деталей, умения устанавливать логические связи между элементами текста. Третье задание помогает закреплению новой лексики, увеличению словарного запаса. Четвертое задание помогает ученикам формировать навыки говорения на английском языке на определенную тему, используя ответы на заданные вопросы. Пятое задание направлено на формирование навыков слушания, умения реагировать на услышанное, умения оптимально использовать возможности внимания, памяти и мышления в процессе слушания, умения осмысливать и анализировать услышанное. Шестое задание помогает ученикам заинтересоваться процессом обучения; формирует умение выражать свои собственные суждения и слушать собеседника.

В ходе анализа было установлено, что в учебнике авторов Гроза О.Л., Дворецкая О.Б. работа с использованием аудиовизуальных средств происходит следующим образом: учащимся даётся на прослушивание интервью, сначала полностью, потом по частям, затем

следует тестовое задание, в котором необходимо определить, какой из предложенных вариантов соответствует содержанию прослушанного текста и далее идёт краткий пересказ прослушанного.

Предполагается использование таких средств обучения, как магнитофон, аудио- и CD-плеер, проигрыватель; рисунки, фотографии, таблицы, схемы и др.

В заключение хотелось бы отметить, что данные учебники предусматривают приобретение учащимися умений и навыков слушания. Приемы и упражнения, представленные в этих учебниках интересны и достаточны по сложности.

Кроме заданий, предложенных в учебнике, можно предложить следующие виды заданий, которые могли бы быть полезны учащимся.

С использованием аудитивных средств обучения. Повторение иноязычной речи за диктором в паузу или синхронно на том же языке. Это упражнение развивает речевой слух, оперативную память, вероятностное прогнозирование, артикулирование. Кроме того при работе с прослушиваемым текстом можно было бы включить упражнение на тренировку памяти. На тренировку памяти можно предложить следующие упражнения: запомнить все даты, имена, географические названия, употребленные в прослушанном тексте, и повторить их в той же последовательности; прослушать слова и повторить лишь те из них, которые относятся к какой-либо одной теме.

С использованием и аудитивных, и визуальных средств. Просмотр учебных видеофильмов по пройденной теме.

Использование аудиовизуальных материалов на уроках английского языка повышает мотивацию обучения, интенсифицирует и индивидуализирует учебный процесс, происходит активация учащихся, немаловажной является возможность самостоятельной работы учеников и как результат происходит повышение качества знаний по предмету.

Грязнова Е.

4 курс, педагогическое отделение,
Колледж педагогического образования, информатики и права
Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, г. Абакан
Научный руководитель: *преп.* ***Т.П. Чудочина***

Развитие познавательного интереса у учащихся 3 класса к изучению английского языка на занятиях кружка «Фольклорист»

В связи с реформой образования возрастает значимость познавательной деятельности школьников, углубляющей творческий потенциал личности. Познавательный интерес – один из важнейших мотивов учения младших школьников, который складывается в процессе

жизнедеятельности, формируется в социальных условиях его существования и не является присущим человеку от рождения.

Познавательные интересы значительно влияют на интенсивность личностного развития. Эффективность данного процесса повышается, если познавательные интересы развивать с младшего школьного возраста. Это определяет педагогическую целесообразность проблемы изучения и развития познавательных интересов младших школьников. Многообразие и сложность решения данной проблемы требуют совершенствования учебно-воспитательного процесса в школе, активизации традиционных и поиска нетрадиционных форм и методов обучения.

Развитию познавательного интереса посвящены работы Л.Н. Леонтьева, Л.С. Выготского, С.Л. Рубинштейна и Г.И. Щукиной и других. По мнению Г.И. Щукиной интерес это «...избирательная направленность личности, обращенная к области познания, к ее предметной стороне и к самому процессу овладения знаниями» [1, с. 15].

Пытливость, любознательность, стремление к познавательной деятельности – все это различные выражения познавательной направленности личности, в основе которой лежит познавательный интерес, определяющий активное отношение к миру и процессу его познания.

Сочетание учебной и внеклассной деятельности учащихся с целью развития познавательного интереса к учению позволяет достичь положительных результатов в решении этой проблемы. Иностранный язык (далее ИЯ) в этом плане не исключение. В УМК “Enjoy English” для начальных классов под редакцией М.З. Биболетовой включен страноведческий и фольклорный материал с целью формирования у детей целостного представления о мире, чтобы каждый ученик мог почувствовать себя его частью, проследить взаимосвязь культур представителей разных стран и континентов.

С целью повышения интереса к изучению ИЯ и познания окружающего мира средствами ИЯ для учащихся 3 класса была разработана программа кружка «Фольклорист», где представлены цели, задачи, принципы и формы организации занятий кружка. В содержание занятий включен дополнительный фольклорный материал: английские народные сказки на русском языке, пословицы, поговорки, песни, стихотворения – на английском языке.

В период педагогического эксперимента на каждом из 12 занятий дети знакомились с различным фольклорным материалом, путешествуя по различным станциям страны “Folklore Land”. На станциях “Fairy Tales”, “Poems”, “Proverbs and Sayings” они выполняли различные задания, например, обсуждали ситуации, в которых пословицы и поговорки можно использовать, подбирали русские эквиваленты к английским пословицам, отгадывали пословицы или стихи по ключевому слову, соотносили

пословицы с картинками. При разучивании стихов, использовались такие приемы, чтение с разной эмоциональной окраской: грустно, весело, удивленно; в разном темпе – быстро, медленно; чтение стихотворения с пропущенными словами. Работа над содержательной стороной фольклорного материала сочеталась с работой над пополнением словарного запаса детей, с запоминанием не только значения слов, но и их графического образа. Для этого использовались задания на отгадывание «взболтанных слов» из стихотворений и поговорок, ребусов, соединение частей отдельных слов и пословиц и другие. В течение занятий каждый ребенок пополнил свой Портфолио фольклорного материала, оформляя его красочными рисунками, аппликациями. Последнее занятие кружка было проведено в форме конкурса на знание фольклорного материала. За лучшие ответы дети получили призы – репродукции героев из народных английских сказок, достопримечательностей Лондона. Сияющие лица учащихся, «лес» поднятых рук, быстрое и правильное реагирование на выполнение заданий – это подтверждение тем результатам, которые были выявлены в ходе сравнения данных тестирования и анкетирования учащихся этого класса на констатирующем и контрольном этапе педагогического эксперимента.

Таким образом, занятия кружка «Фольклорист» оказали положительное влияние на изучение ИЯ и повышение уровня познавательного интереса у учащихся 3 класс, так как содержание программы кружка соответствовало тематическим ситуациям УМК, по которому дети изучают язык, задания на освоение фольклорного материала были творческого характера, вовлекали детей в различные виды деятельности: чтение, перевод, письмо, говорение, которые сочетались с изобразительной деятельностью, пением.

Литература

1. Щукина Г.И. Педагогические проблемы формирования познавательного интереса [Текст] / Г.И.Щукина // Москва – 1991.

Жукова А.

5 курс, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. пед. наук, доц.* ***А.Я. Багрова***

Ролевая игра – одна из форм обучения общению на иностранном языке

Об обучающих возможностях использования игрового метода известно давно. Многие ученые, занимающиеся методикой обучения иностранным языкам, справедливо обращали внимание на эффективность использования игрового метода. Это объясняется тем, что в игре

проявляются особенно полно, а порой и неожиданно способности любого человека, а ребенка в особенности.

В человеческой практике игровая деятельность выполняет следующие функции:

– *развлекательную* (это основная функция игры – развлечь, доставить удовольствие, воодушевить, пробудить интерес);

– *коммуникативную* (освоение дидактики общения);

– *диагностическую* (выявление отклонений от нормального поведения, самопознание в процессе игры);

– *игротерапевтическую* (преодоление различных трудностей, возникающих в других видах жизнедеятельности);

– *самореализации* (проявление способностей и скрытых возможностей);

– *межнациональной коммуникации* (усвоение единых для всех людей социокультурных ценностей);

– *социализации* (включение в систему общественных отношений);

– *эстетическая* (наслаждение, которое испытывается от игры).

Использование игрового метода обучения способствует выполнению важных методических задач, таких как:

– создание психологической готовности учащихся к речевому общению;

– обеспечение естественной необходимости многократного повторения ими языкового материала;

– тренировку учащихся в выборе нужного речевого варианта, что является подготовкой к ситуативной спонтанности речи вообще.

Рассмотрев классификацию функций игровой деятельности, остановимся на классификации игр, используемых в обучении иностранным языкам.

Дидактические игры подразделяются на языковые, или подготовительные, и речевые, или творческие. К языковым играм относятся орфографические, лексические, фонетические и грамматические, целью которых является формирование соответствующих навыков, а к речевым можно отнести:

– ситуационные, в основе которых лежит ситуация из жизни, для решения которой применяются знания реального учебного предмета;

– ролевые, предполагающие выполнение определенных ролей индивидуально каждым участником игры или в группе;

– деловые – предполагается конкретная проблема, имеется дело; роли и правила игры вырабатываются участниками в ходе самой игры.

В настоящее время большой интерес вызывает использование ролевых игр на уроке иностранного языка для моделирования реальной ситуации общения.

Остановимся подробнее на использовании ролевых игр.

В учебном процессе РИ выполняет 5 основных функций: мотивационно-побудительную, обучающую, воспитательную, ориентирующую и компенсаторную.

Рассмотрим эти функции подробнее.

Являясь моделью межличностного общения, ролевая игра вызывает потребность в общении на иностранном языке. И именно в этой позиции она выполняет **мотивационно-побудительную функцию.** Как уже говорилось выше, ролевая игра обеспечивает **обучающую функцию**, поскольку она в значительной степени определяет выбор языковых средств, способствует развитию речевых навыков и умений, позволяет моделировать общение учащихся в различных речевых ситуациях. **Воспитательная функция** ролевой игры заключается в том, что именно в ролевых играх воспитываются дисциплина, взаимопомощь, активность, готовность включаться в разные виды деятельности, самостоятельность, умение отстоять свою точку зрения, проявить инициативу, найти оптимальное решение в определенных условиях.

Ролевая игра формирует у школьников способность играть роль другого человека, увидеть себя с позиции партнера по общению. Она ориентирует учащихся на планирование собственного речевого поведения и поведения собеседника, развивает умение контролировать свои поступки, давать объективную оценку поступкам других. Таким образом, ролевая игра выполняет и **ориентирующую функцию**.

Компенсаторная функция ролевой игры проявляется в том, что именно в игре разрешается противоречие между потребностью действия у ребенка и невозможностью осуществить требуемые действием операции. Дети стремятся к общению, и ролевая игра дает им возможность реализовать свое стремление.

В ролевой игре ученик не чувствует той напряженности, которую он может ощущать при обычном ответе, он более раскрепощен и свободен. Этим и объясняется секрет популярности ролевых игр среди учителей и учащихся.

Проведённый нами анализ учебников английского языка, используемых в настоящее время в средней школе, показал, что в них содержится достаточный учебный материал – аутентичные, оригинальные тексты, стихотворения, диалоги, отражающие реальную языковую действительность, позволяющие создавать на уроках иноязычную коммуникативную атмосферу. Но этот материал может и должен быть дополнен заданиями, способствующими созданию ситуаций общения, имитирующих реальные условия общения, заданиями, которые выполняются в форме ролевых игр.

В качестве примера приведем **ролевую игру по теме “Ecology”** (конференция по проблемам окружающей среды).

Перед проведением конференции учащиеся получают роли: председатель конференции, 2 бизнесмена, по-разному относящиеся к вопросам экологии, врач, журналист, пишущий на экологические темы, член организации «Гринпис», председатель местной администрации, учитель, лесник. Перед началом игры каждый ученик заранее намечает план выступления и вопросы, которые он задаст участникам конференции, как будет сам отвечать на вопросы. Председатель открывает конференцию, официально представляет участников, очерчивает круг вопросов, которые должны рассматриваться, и предлагает принять решение конференции. Дальше следуют выступления участников. Например, представитель «Гринпис» требует немедленного закрытия завода, загрязняющего окружающую среду, но представитель местной администрации и местный житель возражают ему, т.к. такое поспешное решение приведёт к безработице; врач рассказывает о влиянии загрязнения на здоровье людей, лесник – о состоянии леса и его обитателей и т.д.

Являясь учебной моделью межличностного группового общения, специфической организационной формой обучения устно-речевому общению, основанному на коммуникативном принципе, ролевые игры легко вписываются в урок и, кроме всего прочего, доставляют учащимся неподдельное удовольствие. Ролевая игра используется для решения комплексных задач усвоения нового материала, закрепления и развития творческих способностей, а также, формирования общеучебных умений. Она дает возможность учащимся понять и изучить учебный материал с различных позиций. Социальная значимость ролевых игр состоит в том, что в процессе решения определенных задач активизируются не только знания, но и развиваются коллективные формы общения.

Карамчакова И.

5 курс, ИНПО,
Колледж педагогического образования, информатики и права
Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, г. Абакан
Научный руководитель: *канд. фил. наук, проф.* ***А.В.Безрукова***

Роль постановки произношения у младших школьников при изучении английского языка

Проблема обучения произношению на начальном этапе изучения английского языка является одной из самых главных проблем в методике обучения английскому языку. Обучение правильному английскому произношению – чрезвычайно сложное дело. Без правильно поставленного произношения невозможно проявление коммуникативной функции языка. На начальном этапе необходимо научить детей произносить звуки так, как это делают носители английского языка. Обучение фонетике как процессу продуктивному требует от учащегося знания строения речевого аппарата,

что представляет собой сложную методическую задачу, поскольку на данном этапе эта информация является наиболее трудной для учащихся и требует больших временных затрат и усилий как со стороны учителя, так и учащихся. Тем не менее эти затраты времени и усилия окупаются, если учащиеся овладевают этим умением на начальном этапе на строго отработанном минимальном материале, который обеспечивает мотивационный уровень и надежную базу для формирования другой речевой деятельности.

Приоритетными задачами обучения английскому языку на начальном этапе являются развивающие задачи, связанные с формированием положительной мотивации. Когда ребенку интересно, он легко концентрирует внимание и выполняет данные ему задания, особенно, если они несут игровой характер. Более того, младший школьный возраст является самым благоприятным для изучения иностранных языков, так как в этом возрасте детям все еще свойственно подражание, но уже вперемешку с мышлением, то есть осознанное.

Основной задачей на данном этапе является формирование основополагающих навыков иноязычного общения. От осознания возможности правильно и красиво выражать одну и ту же мысль на другом языке, включая языковую догадку и умение выражать личностное отношение к воспринимаемой информации. Именно на начальном этапе обучения дети быстро усваивают новый материал, им свойственна имитация, что помогает, на подсознательном уровне, откладывать вновь полученные знания.

При обучении детей младшего школьного возраста произношению учителю важно учитывать три фактора:

1. Поскольку язык усваивается как средство общения, работа над произношением подчинена процессу овладения детьми речевыми навыками и умениями. Другими словами, формирование слуховых и артикуляционных навыков осуществляется на тех словах и образцах общения, которые дети учатся употреблять в речи в данный момент.

2. Осознанное овладение произношением строится исходя из особенностей звукового состава английского языка с учетом родного (в данном случае русского) языка.

3. Смыслоразличительной роли звуков также должно уделяется особое внимание. Для того чтобы обучить детей хорошему произношению на английском языке, необходимо стремиться к тому, чтобы с первых уроков и на протяжении всего начального курса произношение всегда было в центре внимания учителя: нужно обеспечить детям хорошую тренировку в восприятии и произнесении звуков.

Необходимо отметить также общие особенности обучения иностранному языку. Педагогу необходимо стремиться, чтобы занятия проходили на основе индивидуального подхода в условиях коллективных

форм обучения. Во-вторых, педагог должен предложить такой способ усвоения знаний, который был бы направлен специально на развитие, а не в ущерб ему. А для этого важно, чтобы каждый ребенок был главным действующим лицом на уроке, чувствовал себя свободно и комфортно, принимал активное участие в обсуждении тем урока. К сожалению, нередко можно наблюдать в классе такую картину: учитель очень активен, использует им самим приготовленные наглядные пособия, ведет урок и комментирует его сюжет, применяет разнообразные, в том числе фронтальные формы работы. Но при обучении английскому языку важно, чтобы дети были раскрепощены, вместе с учителем «творили» урок [1]. Не только и не столько знания и владения языковым и речевым материалом определяют эффективность процесса обучения иностранному языку в младшем школьном возрасте, сколько готовность и желание детей участвовать в межкультурном общении на изучаемом языке. Это возможно, если основной формой школьной деятельности будет не слушание, говорение, чтение или письмо на иностранном языке, а живое, активное общение с учителем и друг с другом.

При изучении английского языка, в связи с его особой фонетикой, важно то, каким голосом преподаватель произносит слова и фразы и какое при этом выражение его лица. Безусловно, голос преподавателя должен быть добрым, располагающим к общению, а выражение лица должно соответствовать тону, который должен быть интригующим, заговорческо-доверительным, или серьезным, деловым, выражающим радость встречи, вселяющим успех. Главное, чтобы ученик, вступая в общение на английском языке не испытывал страх за ошибку и стремился всеми имеющимися в его распоряжении средствами реализовать то или иное коммуникативное намерение. Как считает М.Н. Ветютнев, методист, психолог, написавший множество книг по преподаванию языка в средней школе: «ошибки – это средство и условие успешного овладения коммуникативной компетенцией; их наличие не свидетельствует о неуспехе, наоборот, они показывают, что учебный процесс проходит нормально, и учащиеся принимают в нем активное участие». [2]

Обучение фонетике состоит, в основном, из двух этапов, на которых произносительные навыки соответственно формируются и совершенствуются. Все упражнения можно классифицировать по двум большим тесно связанным между собой группам. В самом начале обучения используются упражнения в слушании. Они направлены на развитие фонетического слуха. Для выполнения такого вида упражнений иногда могут использоваться графические опоры. Большим плюсом в обучении могут считаться ТСО, в частности, магнитофон. Однако необходимо держать в памяти, что каждый новый вид заданий сначала выполняется только с речи учителя. Упражнения в воспроизведении направлены на формирование собственно произносительных навыков. Материалом этих

упражнений могут служить звуки, слоги, слова, словосочетания, предложения. Задания могут выполняться как со зрительной опорой, так и без нее. Эффективными для постановки, и совершенствования произношения учащихся можно считать разучивание скороговорок, рифмовок, стихотворений. Необходимо осуществлять контроль над выполнением упражнений. При оценке речи различают фонетические и фонологические ошибки. При оценке ответа во внимание принимаются только ошибки второго вида. При условии выполнения всех вышеперечисленных упражнений и систематическом контроле работу над слухопроизносительными навыками можно считать результативной.

Значение слухопроизносительных навыков для речевой деятельности не ставит под сомнение ни один специалист, так как обучение произношению подчинено собственно развитию речевой деятельности, что происходит на начальном этапе и ранее. Недостаточное овладение ими ведет к нарушению коммуникации, хотя к некоторым явлениям и допустим аппроксимированный подход. В настоящее время себя оправдал метод постепенного и непрерывного овладения слухопроизносительными навыками и их обязательное дальнейшее совершенствование.

Литература

1. Рогова Г.В. «О речи учителя на уроке»: Ж. «Иностранные языки в школе». – 1964 – №5 – с. 6.

2. Ярцева В.П. О сопоставительном методе изучения языков // Научные доклады высшей школы. Филологические науки. — № 1, 1960. 5-10.

Марсовая И.

6 курс, вечернее отделение, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. пед. наук, доц.* ***А.Я. Багрова***

Виды упражнений для обучения письму на начальном и среднем этапах в средней школе

Обучение письму является одной из важнейших задач курса обучения иностранному языку в средней школе. Это обусловлено тем, что сегодня, несмотря на появление новых систем записи и способов кодирования и хранения информации (электронная почта, интернет и т.п.), письмо не утратило своего значения, поскольку первоначальная информация, как правило, бывает представлена в виде текста, написанного грамотным человеком.

Сегодня специалисты в области письма отмечают, что письменные тексты продолжают выполнять важнейшие функции получения и передачи информации. Письмо, являясь сложным видом речевой деятельности, требует тщательной разработки методики обучения.

Для овладения продуктивной письменной речью необходимо включать в учебный процесс выполнение определённых заданий, способствующих формированию умений и навыков письма и письменной речи.

В своём сообщении мы рассмотрим упражнения для обучения письму на начальном и среднем этапах обучения иностранному языку в средней школе.

Для формирования навыков письма и письменной речи рекомендуется выполнение специальных упражнений, которые можно подразделить на 2 группы: подготовительные и речевые. Обучение письму на начальном и среднем этапах предполагает выполнение прежде всего подготовительных упражнений, которые можно классифицировать следующим образом:

1) списывание с дополнительным заданием;
2) выписывание из текста или записывание со слуха при прослушивании текста ключевых слов, ответы на вопросы, основных идей и т.д.;
3) упражнения на трансформацию;
4) упражнения на логическое развитие замысла;
5) упражнения на сжатие текста;
6) упражнения на расширение текста;
7) составление плана-конспекта или графической схемы-опоры ответа;
8) перевод слов или предложений с русского на английский или наоборот.

В качестве примера названных упражнений приведём следующие упражнения:

1) Упражнения на списывание с дополнительным заданием.

Это могут быть различные упражнения лексического и грамматического характера, где учащиеся списывают текст с доски или из учебного пособия, раскрывая скобки, вставляя пропущенные слова, заменяя выделенные слова на синонимы и т.д. Рациональному списыванию текста так же надо учить, обращая внимание на то, увеличивается ли при этом объём запоминаемой информации, или же ученик продолжает механически списывать слово за словом. Если не прослеживается положительная динамика в этом вопросе, то хорошо бы выяснить, почему это происходит: то ли ученик не уверен в правописании слов и должен постоянно проверять себя, то ли у него недостаточно развита зрительная память, то ли у него плохая моторная реакция. В любом случае учитель контролирует и правильность, и скорость выполнение подобных заданий:

– списать текст и раскрыть скобки;
– списать текст и вставить пропущенные слова;

– списать текст и заменить выделенные слова синонимами (антонимами).

2) Упражнения на трансформацию.

Трудно не согласиться с тем, что умение перестроить фразу, легко найти замену слов, передать одну и ту же мысль различными способами может значительно способствовать развитию речевых навыков и на родном языке, и тем более на иностранном языке, где запас слов и грамматических структур значительно скоромнее. Упражнения на грамматические, лексические, синтаксические трансформации шлифуют различные языковые навыки, формируют большую речевую подвижность и мобильность:

– перестроить фразу;

– найти замену слову.

3) Упражнения на сжатие текста.

Под текстом можно понимать и предложение, и более развёрнутое речевое произведение. Главное – научить учащихся выделять в нём ключевую мысль и отбрасывать в нём второстепенные детали. Без этого невозможно работать со справочной литературой, писать конспекты, выполнять другие задания, теснейшим образом связанные с подготовкой и выполнением творческих письменных работ:

– составить письменный план к прочитанному тексту;

– сформулировать его основную тему/идею.

4) Упражнения на расширение текста.

Расширение может идти по линии добавления:

– прилагательных;

– глаголов;

– придаточных предложений;

– 1-2 предложений;

– абзацев;

– собственных комментариев и др.

Выполнение приведённых нами упражнений готовит к осуществлению последующих речевых действий в плане письменной речи.

Пигалева М.

3 курс, психолого-педагогический факультет,
Арзамасский государственный институт им. А.П. Гайдара
Научный руководитель: *асс.* ***Ю.И. Востокова***

Влияние типа темперамента на проявление феномена ревности

Проблема межличностных взаимоотношений исследуется достаточно давно и актуальность ее со временем не уменьшается.

Существует много факторов, от которых зависит благополучие и успешность выстраивания взаимоотношений, одним из которых является ревность. В современной психологической науке проблематикой феномена ревности занимались такие учёные как Е.П. Ильин, О.Г. Прохорова, Г.Ю. Айзенк, Бус Ларсен, Лев Щеглов, Александр Астрогор, Александр Свияш, Сергей Мамонтов, Виктор Лисовский, Донателло Морацци, Карло Симонелли, Лев Фридман, Алексей Ухтомский, Петер Куттер, Элайн Хетфилд и другие. Не все из них были единодушны в понимании места и значения ревности. Единого мнения не существует и по сей день.

В отечественной и зарубежной психологии различные аспекты ревности изучались обособленно: ревность в социально значимых отношениях рассматривалась как базовая установка личности (Пантелиди И.О., Прохорова О.Г.), ревность к субъекту отношений была предметом психотерапевтической и психокоррекционной работы (Майкл Кингхли, А. Полеев), ревность как симптом заболевания имела место в патопсихологии и медицине с проведением соответствующей терапии (Харви Гордон, Бреслав Г.М.).

Профессор В.Т. Лисовский выделяет следующие причины ревности:

1) комплекс неполноценности одного из любящих;

2) предыдущие контакты партнёра;

3) сплетни, наговоры завистливых людей, у которых личная жизнь не сложилась и которым доставляет своеобразное удовольствие портить её счастливым и любящим людям.

Понять психологический механизм чувства ревности помогает учение о доминанте физиолога А.А. Ухтомского. Под доминантой он понимал более или менее устойчивый участок повышенной возбудимости, привлекающий к себе волны возбуждения из самых различных источников и способный под их воздействием к накоплению и дальнейшему увеличению своего возбуждения. Доминанта делает избирательным наше восприятие окружающего мира. Под влиянием доминанты ревнующий скрупулезно собирает различные мелочи – малейшая задержка на работе, непреднамеренный и обычный жест или слово в дружеской компании, давно забытое детское увлечение и т.д. – для обвинения супруги или супруга и для казни самого себя. Доминанту не преодолеть словами, всяческими возражениями, она будет только ими питаться и подкрепляться. Надо просто подождать, говорит А.А. Ухтомский, пока она сама себя изживает, «сгорит» на собственном огне.

Существуют разные взгляды отечественных и зарубежных учёных на проблему классификации чувства ревности.

Такие отечественные как Т.М. Заславская и В.А. Гришин [1, с. 208] выделяют следующие типы ревности:

1. Собственническая ревность. Этот тип ревности обязательно связан с сильным переживанием измены партнёра с угрозой разрыва отношений.

Так же она может быть вызвана подозрительным поведением партнёра, охлаждением чувств любимого, отсутствием информации о нём либо компрометирующей информацией, разлукой.

2. Ревность от ущемлённости. Свойственна обычно людям с тревожно-мнительным характером, неуверенным в себе, с комплексом неполноценности, со склонностью к преувеличению опасности.

3. Обращённая (отражённая) ревность. Источником неверности служит проекция собственной супружеской неверности, ненадёжности на другого партнёра.

На проявление феномена ревности определенное влияние оказывают типы темперамента, которые, как отмечает Грановская Р.М. [2, с.385-386], накладывают свой отпечаток на способы общения, определяя степень активности в налаживании контактов.

Темперамент связан с очевидностью индивидуальных различий между людьми. Психика каждого человека уникальна, её неповторимость обусловлена как особенностями биологического и физиологического строения и развития организма, так и единственной в своём роде композицией социальных связей и контактов.

Наиболее ревнивы лица с холерическим и меланхолическим типом темперамента. Это можно объяснить тем, что люди, у которых преобладает холерический тип темперамента, склонны к сменам настроения, вспыльчивы, раздражительны, подвержены эмоциональным срывам. Меланхолики же имея заниженную самооценку, становятся довольно мнительными и подозрительными в отношениях с партнерами по браку. Люди с сангвиническим типом темперамента имеют средние показатели. Это может быть объяснено как высокой самооценкой сангвиников, так и их уравновешенностью. Наименее ревнивыми являются люди, обладающие флегматическим типом темперамента. Этот факт может быть объяснен как присущим флегматикам равнодушием, так и их уверенностью в себе.

Лицам, страдающим ревностью, можно порекомендовать отвлечение на что-либо значимое (учёба, работа, забота о детях, хобби), выработка нового взгляда на вещи. Существенно купирует реакции ревности и формирование морали прощения, сознательный контроль, извлечение уроков, поиск собственных ошибок и построение новых отношений с партнёром, возможно, другого типа, обесценивание партнёра и ситуации измены – соизмерение их в ряду других ценностей и жизненных установок. В случае распада партнёрства – поиск нового партнёра, изменение образа жизни, формирование других межличностных связей.

Таким образом, проявления ревности в межличностных взаимоотношениях напрямую зависит от типа темперамента личности. Данный факт необходимо учитывать при консультировании и коррекции межличностных взаимоотношений, семейном консультировании.

Литература

1. Андреева, Т.В. Психология современной семьи [Текст] /Т.В. Андреева: Монография. – СПб.: Речь, 2005.

2. Грановская, Р.М. Темперамент //Грановская Р.М. Элементы практической психологии. – СПб., 1997.

Синельник С.

2 курс, вечернее отделение, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***М.Г. Дудина***

Приёмы развития говорения на уроке английского языка с помощью видеофильма

Одним из актуальных вопросов, которые теоретически и экспериментально решает современная методика иностранных языков, является овладение навыками коммуникации. Научиться говорить на английском языке, не находясь в стране изучаемого языка, очень непросто. Поэтому важной задачей учителя является создание реальных и воображаемых ситуаций общения на уроке английского языка. Не менее важной является задача приобщения школьников к культурным ценностям народа – носителя языка. Наряду с этим важно дать учащимся наглядное представление о жизни, традициях, языковых реалиях англоговорящих стран. Этой цели могут служить учебные видеофильмы.

Видеотекст соединяет в себе различные аспекты акта речевого взаимодействия. Помимо содержательной стороны общения, видеотекст содержит визуальную информацию о месте события, внешнем виде и невербальном поведении участников общения в конкретной ситуации. Визуальный ряд позволяет лучше понять и закрепить как фактическую информацию, так и чисто языковые особенности речи в конкретном контексте. При использовании видеофильмов на уроках иностранного языка развиваются два вида мотивации: самомотивация, когда фильм интересен сам по себе, и мотивация, которая достигается тем, что ученику будет показано, что он может понять язык, который изучает. Использование видеофильма способствует развитию внимания и памяти. Для того чтобы понять содержание фильма, учащимся необходимо приложить определенные усилия. Так, непроизвольное внимание переходит в произвольное, а интенсивность внимания и использование различных каналов поступления информации влияет на процесс запоминания и на прочность запечатления страноведческого и языкового материала. Таким образом, психологические особенности воздействия учебных видеофильмов на учащихся способствуют интенсификации учебного процесса и создают благоприятные условия для формирования коммуникативной компетенции школьников.

Просмотр кинофрагмента создает условия для развития диалогической и монологической речи, способствует совершенствованию навыков аудирования и говорения.

Ниже приведем примеры приемов работы с видеофильмом, используемых нами, на уроках английского языка, и апробированных на учащихся младшего школьного возраста начальной ступени обучения при работе с английским видеокурсом “Big Muzzy” и американским мультфильмом “The Lion King”.

Для успешной организации работы необходимо предусмотреть три основных этапа:

Pre-Viewing Activities (преддемонстрационный этап)

1. Ввести новые лексические единицы (семантизация)
2. Составить предложения по картинкам
3. Найти соответствие между названиями (именами) и картинками.
4. Догадаться, кто из героев фильма мог это сказать?

While-Viewing Activities (демонстрационный этап)

1. Просмотреть фильм, составить предложения или вопросы, описывающие происходящие события.
2. Сопоставить имена, названия, данные заранее с тем, что сделал персонаж(и), или с тем, что произошло в названном месте.
3. Расположить события фильма в хронологическом порядке.
4. Соединить имена, характеристики персонажа, реплики с картинками.
5. Определить, какие прилагательные (или иные части речи) соответствуют персонажу и отметить это в таблице
6. Письменно ответить на вопросы по содержанию фильма
7. Видео перевод

Вам понадобится видеофильм с субтитрами на русском языке. Выберите из него 2х минутный сюжет, содержащий диалог (или разговор нескольких человек), где нет сложной лексики. Ученики должны перевести субтитры на английский язык. Их задача – не воссоздать оригинал, а перевести титры, используя естественные эквиваленты.

After-Viewing Activities (последемонстрационный этап)

1. Ответить на вопросы учителя по содержанию фильма.
2. Составить части предложений в одно целое.
3. Вставьте слова из рамочки в предложения.
4. Разыграть отдельные диалоги или сцены фильма.
5. Прочитать текст и найти в нем несоответствия просмотренному фильму.
6. Пересказать содержание увиденного в устной или письменной форме.
7. Обменяться мнениями по поводу увиденного фильма и высказать свое мнение о его персонажах.

8. Видеодиалоги

Данные упражнения помимо аудирования включают в себя выработку навыков чтения. Выбирается отрывок из фильма длиной 1-2 минуты, который состоит из четко проговариваемых реплик, простых по форме и содержанию.

Каждая реплика выписывается на отдельную карточку, помечается, какому персонажу она принадлежит. Ученики получают полный комплект карточек, содержащих диалог. Они должны посмотреть отрывок, не заглядывая в карточки, а затем поставить реплики в том порядке, как они встречались в записи. После этого следует посмотреть отрывок повторно, проверяя правильность порядка реплик. При необходимости следует делать паузы. После учащиеся тренируются в чтении диалога.

Таким образом, мы рассмотрели лишь некоторые приемы развития навыков говорения на уроке английского языка с помощью фильмов. Как показывает практика, детям просмотр «настоящего кино» на английском языке доставляет радость, ученики охотно вовлекаются в работу над фильмом, раскрепощаются, проявляют свой творческий потенциал, что положительно сказывается на развитии их коммуникативных навыков.

Литература

1. *Г.В.Рогова, И.Н.Верещагина. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в средней школе. М., «Просвещение», 1988.*
2. *Ю.И. Верисокин. Видеофильм как средство мотивации школьников при обучении иностранному языку // Иностранные языки в школе №5 2003г. стр.31*
3. *Е.Н. Соловова Использование видео на уроках иностранного языка //ELT NEWS& VIEWS №1 март 2003г. стр.2*
4. *Jonathan Bygrave. Total English Starter. Student's Book. person Education*

Старынина Н.

5 курс, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. пед. наук, доц.* ***А.Я. Багрова***

Способы обучения лексике в средней школе (английский язык)

Владение лексикой иностранного языка в плане адекватности, правильности и уместности ее использования есть предпосылка развития устных и письменных форм общения, что является целью обучения иностранному языку в средней школе. Овладение лексикой предполагает использование в учебном процессе определенных приемов и способов работы, выполнение серии упражнений, способствующих развитию лексических навыков.

В системе упражнений для развития лексических навыков выделяют две подсистемы – подготовительные упражнения и речевые.

С помощью подготовительных упражнений усваиваются форма и значение лексических единиц, а также действия с ними как с компонентами речевого общения.

На этапе закрепления используются самые разнообразные упражнения, связанные с усвоением значения, формы и употребления слов.

Типы подготовительных упражнений для формирования лексических навыков тесно взаимосвязаны, однако каждый из них обладает определенной спецификой и предназначен для решения одной ведущей задачи.

Сравним, например, упражнения в дифференциации и в субституции. И в первом, и во втором случае речь идет об операциях выбора. Однако для дифференциации достаточно располагать лишь набором различных признаков; что же касается субституции, связанной с заменой лексических единиц, то выбор основывается здесь на более сложных логико-смысловых операциях, на выделении наиболее вероятных (обязательных) связей.

Наиболее частыми ошибками лексического характера в устной речи являются два типа: контаминация, то есть слияние двух слов или выражений в один бессмысленный комплекс, и субституция.

Истоки первой ошибки лежат в расхождении объема значений слов в родном и иностранном языках, а соответственно и в дифференциальных признаках, формирующих понятие о предметах и явлениях реальной деятельности, и в неправильной взаимозаменяемости слов, образующих синонимические ряды.

Ошибки в субституции заключаются в неправильной замене слов, имеющих семантическое сходство. Часто это происходит в результате функционального сближения слов. Природа этих ошибок и так называемых оговорок показывает, что слова как обозначающие не связаны с обозначаемыми явлениями и понятиями неразрывной стереотипной связью. Правильный вариант обозначаемого формируется в речевой деятельности в соответствии с речевой ситуацией и конкретной речевой потребностью.

Среди подготовительных упражнений выделяют следующие группы:

1. Упражнения в дифференциации и идентификации:

- Определите на слух (найдите в тексте) слова, относящиеся к определенной теме (синонимическому ряду, к одной словообразовательной модели и т.д.)
- Сгруппируйте слова по указанному признаку.
- Найдите в тексте (подберите на память) антонимы к словам, данным на доске.
- Просмотрите список речевых формул, назовите ситуации, в которых они могут использоваться.

2. Имитация с преобразованием:

- Ответы на вопросы, придерживаясь следующего образца:

Is Dick looking for his book? – No, he is looking for a stamp.

- Повторите предложение, закончите реплики, учитывая содержание первого предложения.

3. Упражнения в развитии словообразовательной и контекстуальной догадки:

- Определите значение незнакомых слов, образованных от известных корней и аффиксов
- Прослушайте (прочитайте) ряд предложений, догадайтесь о значении интернациональных слов, сходных с семантическими эквивалентами родного языка.
- Дополните предложения, придерживаясь образца.
- Прочитайте текст, обратите внимание на значение глаголов, придумайте примеры с этими глаголами.

4. Упражнения для обучения прогнозированию:

- Назовите слова, которые могут сочетаться с данными существительными (прилагательными, глаголами).
- Найдите окончание каждого предложения из вариантов, приведенных ниже.
- Прочитайте ряд предложений, относящихся к одной теме, заполните пропуски словами и словосочетаниями, подходящими по смыслу.
- Дополните семантическое поле к следующему слову.

5. Упражнения в расширении и сокращении предложений (диалогических единств, текстов):

- Расширьте предложения по образцу, указанному ниже, употребите новые слова.
- Расширьте одну из реплик диалогических единств за счет слов, указанных в скобках.
- Сократите предложения, придерживаясь указанного образца.
- Расширьте описание, опираясь на картинку.

6. Упражнения в эквивалентных заменах:

- Замените подчеркнутые слова синонимами (антонимами):

What have you got for me? – I have got <u>a present</u> for you.

- Замените слова иностранного происхождения другими синонимическими понятиями.
- Измените последнюю реплику диалогического единства, оставляя ответ положительным.

7. Упражнения в расширении ассоциативных связей:

- Составьте (расширьте) список формул приветствий.
- Используйте другие эмоционально-оценочные слова при ответе на вопрос.

Как показала практика, перечисленные упражнения способствуют развитию, как лексических навыков, так и развитию речи учащихся.

Чистякова А.

4 курс, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *ст. преп.* ***Ж.Г. Варнавская***

Приемы и методы введения новой лексики на уроках иностранного языка

Обучение лексике является одним из важнейших аспектов обучения иностранному языку. Именно наличие прочно усвоенного лексического запаса позволяет осуществлять успешное общение на иностранном языке. Существует множество техник, приемов и методов введения новой лексики, но не все они оказываются полезными и пригодными к использованию на практике. Только познакомившись с учениками, узнав уровень их подготовки, способности и интересы можно выбрать оптимальный метод.

Процесс раскрытия значения слова называется семантизация. Основными способами семантизации являются – *беспереводной и переводной* способы, – каждый из которых имеет свои особенности, достоинства и недостатки.

1.1 Беспереводные способы семантизации

Наглядные способы

Как известно, наглядность бывает разная. Можно использовать предметную наглядность, т.е. те предметы, которые находятся в аудитории или могут быть у учителя и учеников. Можно привлечь изобразительную наглядность и наглядность действием, звуковую и контекстуальную.

Проходя педагогическую практику в СОШ №2 им. Короленко в городе Ногинске, я убедилась в том, что данный вид работы больше всего подходит для школьников младшей ступени обучения, где память учащихся отличается большей конкретностью и образностью. В 3а классе, вводя новую лексику по теме «Мир вокруг нас», я использовала наглядный метод. Следует заметить, что данный метод имеет успех у детей, они легче запоминают слово, так как в их сознании оно теперь прочно ассоциируется с конкретным образом. Но, учителю следует тщательно и очень внимательно отбирать наглядные пособия. Предмет должен иметь однозначную трактовку, он не должен быть собирательным образом, не должен содержать индивидуальных признаков того или иного вида. Так, например, при объяснении слова «картина» (a picture) с помощью наглядного пособия, а проще – картинки, я услышала следующие варианты: «пейзаж», «деревья», «природа» и «лес». Из чего следует вывод, что слово «картина» следует объяснять либо при помощи более

абстрактного изображения, либо при помощи перевода. Картинку по теме «Спорт», предназначенную для введения глагола «прыгать», где изображен прыгун с шестом, дети интерпретировали как «спортсмен», «палка» и т.д., тогда пришлось просто прыгнуть и все сразу стало на свои места.

При введении новой лексики по теме «Время» в двух параллельных группах в 3-м классе, я попытались использовать два разных типа наглядной работы – работа с циферблатом часов (в качестве наглядного пособия) и простым переводом. В первой группе усвоение лексики прошло намного успешнее, чем во второй, что доказывает целесообразность метода.

Вербальные способы

Использование иллюстрирующих ситуаций

Вербальные способы применяются для объяснения более абстрактных понятий. При объяснении учитель может предложить несколько ситуаций для того, чтобы учащиеся точно поняли значение понятия.

И все же педагогическая практика показывает, что использование ситуаций, даже на средних этапах обучения наиболее оправданно, скорее, для закрепления лексики, чем для ее введения. Иногда ученикам трудно самостоятельно определить смысл слова, тогда снова вся работа сводится к переводу или наглядному методу. Например, в рамках темы «Хобби» в 6 классе, я попыталась ввести некоторые фразы и выражения, данные в учебнике Enjoy English 5-6 (Unit 8 с 145 №3) с помощью мини-ситуаций диалогов. Многие фразы были знакомы ученикам, о смысле некоторых они могли догадаться по созвучию с русским вариантом, некоторые же были недопоняты. Вот пример диалога:

- Hi Peter! What are you doing tonight?
- I'm going to stay in and *play chess* with my father.
- That's boring! Let's go and *play football* outside.
- No. I'd prefer *playing chess*. My leg still hurts after the last *football game*.

О смысле фразы "to *play football"* дети догадались легко, а вот "to *play chess"* было переведено как «играть с сыром». Действительно трудно догадаться о смысле фразы из контекста, поэтому можно сделать вывод о том, что применение ситуаций оправданно только для закрепления пройденной лексики.

Однако, при всех недостатках, ситуации создают более благоприятные условия для непроизвольного запоминания лексических единиц. Посвященное проблеме непроизвольного запоминания исследование А.А. Смирнова[1], показало, что оно может быть активнее чем

[1] Смирнов А.А. Проблема психологии памяти. М 1961

произвольное: то, что испытуемые запоминали непроизвольно, усваивалось лучше, чем то, что они старались запомнить специально.

Использование синонимов, дефиниций и антонимов

Зная слово “beautiful” («красивый»), учащиеся могут легко догадаться о значении слова “ugly” («безобразный, уродливый»), если им понятно, что такое антоним.

В 6 классе, в рамках темы «Внешность», при введении прилагательных *beautiful, slim, tall, strong* и т.д., учащиеся легко угадывали их значение с помощью антонимов *ugly, fat, short, weak.*

С синонимами дело обстоит сложнее. Н.И. Гез отмечает, что «синонимы ни в коем случае не могут рассматриваться как способ раскрытия слов»[1], объясняется это тем, что природа синонимов очень сложна.

Подобный вид работы всегда вызывает интерес у учащихся, так как требует не только навыков перевода, но и общей догадки.

1.2 Переводные способы семантизации

Можно просто перевести слово, что также вполне оправдано, если в дальнейшем предполагается активная тренировка данного слона в различных контекстах или данное слово не представляет большого интереса с точки зрения перечисленных способов семантизации, если с помощью перевода мы наиболее точно передаем значение данного слова. Перевод часто используется на старшем этапе обучения в школе. Однако иногда требуется не просто перевод, а перевод-толкование. Это особенно необходимо при семантизации безэквивалентной лексики, а также лексики е определенным фоновым значением.

Как утверждает Н.И. Гез, перевод, помимо основной своей цели – служить средством раскрытия нового иностранного слова, – способствует лучшему осознанию родного языка и приобретает, поэтому большое общеобразовательное значение. Перевод, является одним из лучших способов сравнения языков.

Учитель не должен злоупотреблять использованием перевода при раскрытии значений новых слов. Это снижает интерес и мотивацию учеников. Я заметила, что в 7 классе уже после изучения 7-10 слов только с помощью перевода интерес учащихся падает, они чаще отвлекаются, и, соответственно, процент усвоения лексики падает. Можно немного «оживить» простой перевод лексики с помощью введения новых значений, примеров из личного опыта, например ученики 7 класса пришли в восторг, узнав, что “nuts” это не только «орехи», но и, в разговорном языке «сумасшедший, чокнутый».

Самостоятельная работа

[1] Журнал «Иностранные языки в школе» №2 ,2010.

Можно не переводить слово самому, а попросить одного или всех учащихся найти слово в словаре/разных словарях, включая одно- и двуязычные словари, словари синонимов и т.д., организовав конкурс на быстроту и правильность перевода. Такой способ особенно хорош в аудитории, где учащиеся не знакомы с различными типами словарей, еще плохо ориентируются в системе их построении, не умеют работать с алфавитом, не понимают, что одно и то же слово может иметь несколько значений, и перевод зависит от контекста. С помощью этого способа можно решить несколько важнейших задач обучения иностранному языку, а главное, при его постоянном и направленном использовании можно сформировать навык самостоятельной работы, сделать учащихся со временем независимыми пользователями, сместить акцент с «учить» на «учиться».

Но все мы понимаем, что в простой общеобразовательной школе при средней наполненности группы – 15 человек этот метод не совсем уместен. Однако многое зависит от энтузиазма и находчивости учителя.

1.3 Развитие языковой догадки

Однако самым сложным для учителя и самым важным для практического овладения языком можно назвать такой способ семантизации, как развитие языковой догадки через контекст.

Приемы здесь могут быть самыми разными, от дефиниции на иностранном языке до составления небольших образных и понятных ситуаций с использованием новых слои. Но, как и при использовании наглядности, здесь также важно, чтобы контекст употребления слова был «прозрачным», т. е. однозначным, понятным или легко выводимым. Если этого достигнуть с данными словами нельзя, то надо или отказаться от этого способа семантизации, или попытаться соединить его с другими из перечисленных способов.

Проход практику в шоке я попыталась ввести новую лексику в классе с помощью загадок, например

– Clean, but not water,
White, but not snow,
Sweet, but not ice-cream,
What is it?
(sugar)

– Take off my skin – I will not cry, but you will! What am I?
(An onion)

Конечно, на загадки были даны ответы, а ребята пытались дать перевод. Этот способ действительно успешен и эффективен, так как дети проявляют активность, им интересно, а это самое главное.

Методистами подчеркивается, что нет плохих или хороших способов ознакомления с новой лексикой. Все зависит от самого слова, его формы, значения и употребления, от тех трудностей, которые оно потенциально

может представлять для учащихся. Их можно максимально снять уже на первой стадии знакомства со словом, а ведь переучивать труднее, чем учить.

П. Хэгболдт говорил о том, что роль выбора способа семантизации методистами сильно преувеличена. Гораздо важнее то, как это слово будет отрабатываться и в какие контексты нам удастся его включить. Именно от характера тренировки зависит прочность запоминания слова.

Литература

1. *Рабинович Ф.М., Сахарова Т.Е. Методика обучения иностранным языкам в средней школе / Г. В. Рогова. – М.: Просвещение, 1991. – 287с.*
2. *Смирнов А.А. Проблема психологии памяти. М 1961*
3. *Соловова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам М.: АСТ: Астрель, 2008 – 238 с*
4. *Хэгболдт П. Изучение иностранных языков. Некоторые размышления из опыта преподавания. 1963- 160 с.*

Секция «Лингвистика и художественный текст»

Алексеева К.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***И.Н. Пучкова***

Виды и значение перфектных форм в пьесе У. Шекспира «Макбет»

Наш доклад посвящен анализу форм и значений перфекта в пьесе У. Шекспира «Макбет». Выбор именно этого произведения обусловлен тем, то оно представляет собой образец ранненовоанглийского языка, когда перфектные формы еще не сложились окончательно, существовало варьирование форм и значений перфекта, поэтому было бы интересно сравнить ранненовоанглийские формы перфекта и выражаемые ими значения с современным английским языком.

Перфект (лат. «завершенный») – это глагольная форма, выражающая сложную комбинацию видовых и временных значений, а именно тот факт, что результат или следствие ситуации, имевшей место в прошлом, сохраняется к моменту речи. Перфект передает информацию одновременно о событии в прошлом и о положении дел в настоящем, связывая воедино план прошедшего и план настоящего.

Как показал анализ материала, в пьесе У. Шекспира употребляются формы перфекта настоящего и прошедшего времени, а также формы Future perfect in the Past.

Перфект настоящего времени образуется аналитически при помощи вспомогательного глагола to have в форме настоящего времени и формы причастия прошедшего времени смыслового глагола.

Основным значением, выражаемым перфектом настоящего времени является выражение действия, совершившееся к настоящему моменту, результат которого имеется налицо в настоящем времени:

– They have tied me to a stake; I cannot fly, but, bear-like, I must fight the course. – (Act 5 Scene 7) – они привязали меня к столбу; я (Макбет) не могу летать, но, как медведь я должен биться (перевод М. Лозинского) – данный пример иллюстрирует результативное действие, т.е. свершившееся действие по глаголу tie,результат которого (cannot fly) имеется налицо в настоящем времени (Макбета привязали и в результате сейчас он бессилен).

Также перфект настоящего времени может выражать:

1) повторяющееся действие:

– I have known those which have walked in their sleep. – (Act 5 Scene 1) – я знавал людей, бродивших во сне (говорит доктор в беседе с

придворной дамой и Леди Макбет). Повторяющееся действие выражено глаголом в перфектной форме have walked – ходили.

2) действие, начавшееся в прошлом и длившееся вплоть до настоящего момента:

– Threescore and ten I can remember well within the volume of which time, I have seen hours dreadful, and things strange but this sore sight hath trifled former knowings – (Act 2 Scene 4) / Я (старик) семь десятков помню хорошо: за этот срок немало видел страшных и странных дел, но перед этой ночью все – пустяки (перевод М. Лозинского) – длительное действие, начавшееся в прошлом и длившееся вплоть до настоящего момента (Старик на протяжении своей жизни повидал много страшных дел – он был уверен в этом вплоть до той ночи, события которой в миг убедили его в том, что все то, что он повидал когда-то было пустяком по сравнению с этой ночью).

3) действие, совершившееся в более отдаленное время в прошлом:

– He hath honour'd me of late – (Act 1 Scene 7)/ Он (король) недавно меня (Макбета) почтил. (пер. М. Лозинского). Данный пример иллюстрирует действие, совершившееся в более отдаленное время по отношению к моменту речи (об этом свидетельствует наречие "of late" (недавно). Здесь мы видим архаичную форму 3 лица единственного числа вспомогательного глагола have-hath – это свидетельствует о том, что формы перфекта еще окончательно не сложились.

4) действие, свершившееся непосредственно к настоящему моменту: – So foul and fair a day I have not seen (Act 1 Scene 3) – Не видел (Макбет) дня суровей и прекрасней. (пер. М. Лозинского). Пример иллюстрирует выражаемое формой Present Perfect действие, совершившееся непосредственно перед моментом речи, т.к. Макбет именно до момента говорения не видел дня суровей и прекрасней. Глагольная форма have not seen выражает здесь длительное действие (не видел на протяжении длительного времени).

Также отдельного внимания заслуживает следующий пример:

– Withher are they vanish'd? (Act 1 Scene 3/Куда они (ведьмы) исчезли? (пер. М. Лозинского). Глагол vanish в форме перфекта настоящего времени выражает действие, свершившееся непосредственно перед моментом речи – Банко задается вопросом сразу после того как вещуньи исчезли, так и не ответив на вопрос Макбета, почему они им явились. Интерес в данном примере представляет использование вспомогательного глагола be – это архаичная форма, используемая с глаголами движения и перехода в другое состояние (в современном английском необходимо было бы употребить форму have vanished).

5) будущее действие, которое завершится до начала другого действия в будущем:

– And When we have our naked frailties hid, that suffer in exposure, let us meet and question this most bloody piece of work (Act 2 Scene 3). Данный пример представляет собой перфект настоящего времени, выражающий действие, которое завершится в будущем до начала другого действия. – Когда мы скроем нашу нагую бренность, страдающую без одежд, позволь нам встретиться и рассмотреть кровавый этот случай (пер. М. Лозинского). Законченное действие в будущем выражено перфектной формой have hid. В данном примере мы наблюдаем разрыв вспомогательного (have) и смыслового глагола (hid) дополнением (our naked frailties), это свидетельствует о том, что в ранненовоанглийский период еще возможна подвижность элементов, порядок слов менее фиксирован, чем в современном английском.

Перфект прошедшего времени образуется при помощи вспомогательного глагола to have в форме прошедшего времени и формы причастия прошедшего времени смыслового глагола.

Основным значением перфекта прошедшего времени является выражение прошедшего действия, которое уже совершилось до определенного момента в прошлом:

– Know that it was he in the times past which held you so under fortune, which you thought had been our innocent itself: this I made good to you in our last conference (Act 3 Scene 1) – Никто другой, как он, в былое время вас держал под гнетом; а вам казалось, будто это я. Безвинный. Я вам это доказал в том разговоре (пер. М. Лозинского). Убийцам долгое время казалось, что это ни кто иной как Макбет держал их под гнетом до тех пор пока он не доказал иное в их недавнем разговоре, т.е. действие, совершившееся до определенного момента (до разговора) представлено перфектом had been, а тот самый момент в прошлом выражен эксплицитно и представлен глаголом в форме прошедшего времени made.

Также перфект прошедшего времени может выражать: 1) сему предшествования:

– One cried ‘God bless us!’ and ‘Amen’ the other; as they had seen me with these hangman’s hands. – (Act 2 Scene 2) – Один вскричал: «Помилуй Бог!», другой вскричал: «Аминь», как будто видел эти палаческие руки (пер. М. Лозинского). Сема предшествования в данном примере выражена перфектной формой had seen (люди вскрикнули после того, как будто бы увидели палаческие руки Макбета). Действие по глаголу see предшествует действию по глаголу cry.

2) гипотетическое нереальное действие, относящееся к сфере прошедшего времени:

– Had he not resembled my father as he slept, I had done’t. – (Act 2 Scene 2) – формы перфекта прошедшего времени выражают нереальное условие (had not resembled) и следствие из нереального условия (I had done), относящиеся к прошлому (если бы не был похож на отца – я бы это

сделала, т.е. убила бы короля). Интересен случай употребления формы Past Perfect для обозначения следствия из нереального условия, для чего в современном английском языке используется сочетание вспомогательного глагола should с перфектным инфинитивом (сейчас считается нормой I should have done it).

В пьесе У. Шекспира «Макбет» нами не найдено ни одного случая употребления перфекта будущего времени, что свидетельствует о том, что данная форма перфекта еще не сложилась в ранненовоанглийский период. Тем не менее нами обнаружен случай употребления конструкции **Future Perfect in the Past:**

She should have died hereafter. There would have been a time for such a word (Act 5 Scene 5) – Ей (королеве) надлежало бы скончаться позже. Уместнее звучала б эта весть (пер. М. Лозинского). Данный пример иллюстрирует нереальное действие (т.к. королева уже умерла и ничего уже не изменить), относящееся к будущему. Сема будущего времени выражена глагольной конструкцией в форме Future Perfect in the Past- should have died.

Итак, при анализе перфектных форм у Шекспира в пьесе «Макбет» мы наблюдали варьирование форм и значений перфекта. Это объясняется тем, что пьеса написана в ранненовоанглийский период, когда перфектные формы еще окончательно не сложились. Также в ранненовоанглийский период еще возможна подвижность элементов, порядок слов менее фиксирован, чем в современном английском. Для перфекта настоящего времени характерно употребление архаичной формы вспомогательного глагола 3 лица единственного числа – hath,а также использование вспомогательного глагола be (вместо have) – это архаичная форма, используемая с глаголами движения и перехода в другое состояние.

Литература:

1. Смирницкий А.И. Морфология английского языка. – М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1959. – 440 с. (с.254-255)

2. Шекспир У. Макбет (перевод Лозинского М.Л.)-М.,1933. – 29 с.

3. Shakespeare W. Macbeth. – Saddleback Publishing, 2005. – 88 pages

Гражданкина Е.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***М.В. Евстифеева***

Общая характеристика словосочетаний

Вопрос исследования словосочетания представляет собой весьма сложную проблему в современной лингвистике. Место учения о словосочетании в синтаксисе до сих пор не ясно. Большой вклад в развитие теории словосочетания внесли такие отечественные лингвисты,

как Ф.Ф. Фортунатов, А.М. Пешковский, А.А. Шахматов, А.Х. Востоков и многие другие. В дальнейшем этой проблемой занимались В.В. Виноградов, В.Л. Сухотин, О.С. Ахманова, В.Н. Ярцева, А.Н. Смирницкий, Л.С. Бархударов, С.Г. Тер-Минасова и другие ученые.

С конца XIX века лингвисты проявляли большой интерес к словосочетаниям различного типа. При этом зачастую понятие «словосочетание» смешивалось с понятием «предложение» и трактовалось как его разновидность, поскольку природа предложения не была хорошо изучена. Об этом четко свидетельствует история исследования словосочетаний в отечественной лингвистике.

Так, например Ф.Ф. Фортунатов понимал словосочетание как «целое, которое образуется сочетанием в мышлении, а потому и в речи одного цельного полного слова с другим цельным полным словом как с частью в предложении. Подобное сочетание выражает в речи, по отношению к говорящему лицу, сочетание в его мышлении представления одного слова с представлением другого слова». Фортунатов различал законченные и незаконченные словосочетания.

А.М. Пешковский также не видел качественной разницы между словосочетанием и предложением, считая, что словосочетание – это «единство внешневнутреннее, физико-психическое». Словосочетание, по мнению Пешковского, может состоять из любого количества слов.

Более четкое определение словосочетанию давал А.А. Шахматов. Согласно его теории, словосочетание подчиняется предложению, и «предикативные отношения обнаруживают уже наличность предложения».

В.В. Виноградов понимал словосочетание как «грамматическое единство, образуемое посредством соединения двух или большего количества полнозначных слов, принадлежащих к знаменательным частям речи и служащие для обозначения какого-нибудь единого, но расчлененного понятия… Словосочетание входит в систему коммуникативных средств только в составе предложения и через предложение».

В.П. Сухотин, в отличие от Виноградова, рассматривал словосочетание как синтаксическое единство, которое вычленяется из предложения. «Всякое словосочетание, как отдельное слово, приобретает относительно законченный смысл в контексте предложения. Поэтому изучать его вне контекста, в отрыве от семантики и структуры предложения, невозможно». Ученый также различал предикативные и непредикативные словосочетания.

В.Н. Ярцева понимает под словосочетанием «объединение полнозначных слов, происходящее с помощью грамматических средств, типичных для данного языка, в том числе и с помощью служебных слов».

Исследуя словосочетание необходимо всегда иметь в виду его т.н. «двуплановость». С одной стороны, нужно учитывать общие

синтаксические правила сочетаемости слов, синтаксическую структуру словосочетания, отвлекаясь от конкретных лексических значений компонентов. Это требование является выражением морфосинтаксической обусловленности сочетаемости слов в речи, т.е. коллигации. С другой стороны, нельзя упускать из виду и конкретно лексическое содержание слов, лексико-фразеологическую обусловленность их сочетаемости, т.е. коллокацию.

Под атрибутивным словосочетанием понимается «непредикативная синтагма, состоящая из определяющего и определяемого слова». В плане содержания атрибутивное словосочетание обозначает предмет, которому приписывается определенное качество или свойство. В рамках атрибутивного словосочетания его компоненты связаны подчинительной связью.

Подчинительные отношения могут быть выражены одним из видов синтаксической связи – согласованием, управлением или примыканием. Наиболее типичным приемом осуществления связи в подчинительных словосочетаниях английского языка является примыкание. Этот вид связи не требует никакого изменения составляющих единиц и основан на взаимном тяготении слов в морфологическом и семантическом планах.

Основными компонентами атрибутивного словосочетания являются атрибут и субстанция. Сочетание прилагательного и существительного является наиболее типичным случаем атрибутивной связи. В нем наиболее полно раскрываются отношения между признаком и определяемым словом. Прилагательное в атрибутивном словосочетании выполняет информативную функцию.

Существуют различные структурно-семантические типы атрибутивных словосочетаний.

В зависимости от положения определения и определяемого атрибутивные словосочетания делятся на препозитивные и постпозитивные. Наиболее распространенной является препозиция словосочетаний, когда определение стоит перед определяемым словом в форме «A+N» или «A+A+N» (*fine weather,beautiful sunset; poor little things, white headed whale*). Постпозитивные атрибутивные словосочетания употребляются реже, в этом случае атрибутивное словосочетание принимает форму «N+A» или «A+N+A» (*time enough, the first steamer available*). Постпозиционное употребление прилагательного вносит определенные изменения в характер связи между компонентами: степень спаянности компонентов заметно уменьшается.

Различают также двучленные (*departing sun*) и многочленные словосочетания (*his diffident silent nature*). Некоторые атрибутивные словосочетания могут также входить в состав предложных конструкций. Чаще всего атрибутивные отношения характерны для субстантивных предложных конструкций (*a handful of yellow sand*).

Словосочетания также могут быть мотивированными и немотивированными. Атрибутивное словосочетание считается мотивированным, если оно обладает внутренней формой, т.е. его значение выводится из значения его компонентов (*childless woman, readable novel, beautiful face*). Что касается немотивированных словосочетаний, то здесь мы совершенно лишены возможности рационально и логически, в рамках «закона знака» объяснить значение данных словосочетаний (*old woman, little boy, thick book, delicate face*).

В заключение хотелось бы отметить, что проблема изучения словосочетаний является достаточно актуальной и в наше время. Ученые всего мира пытаются выявить какую-либо закономерность в употреблении словосочетаний в различных языковых структурах. Следует также упомянуть, что эта проблема требует дальнейшего рассмотрения и будет всегда востребована для изучения.

Иванова А.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *докт. филол. наук, проф.* ***Т.С. Монина***

Атрибутивная и предикативная связь прилагательных в сказке О. Уайльда «Счастливый принц»

В предложении проявляются два типа связи между словами: предикативная и атрибутивная.

Наиболее свободная связь между словами в предложении – это связь между подлежащим и сказуемым, называемая **предикативной**. Такой является связь между *His face u was so beautiful, she u is domestic.* Поскольку сказуемое указывает на связь предиката с субъектом, связь сказуемого с подлежащим в составе предложения имеет особый характер. Она неразрывно соединена с выражением предикации. Эта связь характерна для двусоставных предложений; она создает предложение как таковое, организует предложение как внутренне законченную единицу. Связь сказуемого с подлежащим представляется более существенной, чем связь сказуемого с другими членами предложения, поскольку подлежащее обозначает тот предмет, по отношению к которому осуществляется предикация. Предикативная связь не является заранее известной, заранее данной; она устанавливается в предложении. Для установления этой связи и организуется все предложение. Это есть связь на каждый данный случай. Она является наиболее живой и свободной связью между словами в предложении, и поэтому она не объединяет слова в одно целое. Связь эта настолько свободна, что дальнейшее ее ослабление невозможно; следующая ступень – это уже отсутствие всякой связи между словами. Для предикативной связи, помимо выражения предикации, важно и то, что в

нее входит, наряду со сказуемым, другой главный член предложения – подлежащее; т. е. предикативная связь выделяется тем, что она является связью между двумя главными членами предложения, из которых один обозначает предикативный признак, а другой – субъект, т.е. предмет мысли, по отношению к которому определен предикат. В отличие от предикативной связи, другие типы связи служат для введения в предложение второстепенных членов.

Связь на уровне словосочетаний, которая объединяет определение и определяемое, называется определительной, или **атрибутивной**.

Атрибутивная связь наименее живая, но наиболее прочная связь между словами в предложении. Это связь как бы заранее данная. Для нее характерно то, что она образует такие сочетания, которые в предложении выступают как цельные единицы, как цельные комплексы, включаемые в предложение в собранном, готовом виде. Предикативная связь создает предложение как таковое, скрепляет его главные члены. Связь определения с определяемым не является организующей в предложении. Она оформляет не предложение в целом, а известный комплекс внутри него. Этот комплекс может занимать в предложении разные места, может быть подлежащим, дополнением и т.д. Эта связь, таким образом, не касается структуры всего предложения в целом и существенна лишь для строения определенного члена предложения (определение и определяемое выступают в предложении как один комплексный член).

Наиболее характерным для атрибутивной связи является соединение прилагательного с существительным: a tall column, a little boy, a wonderful statue.Однако основным является здесь не то, какие части речи связываются, а то, как они связываются.

Ср. This is a large room – Это большая комната и This room is large – Эта комната большая. В обоих случаях мы имеем те же слова, те же понятия и те же отношения между понятиями. В обоих случаях комната характеризуется понятием величины. Однако оформление мысли в этих предложениях разное.

В предложении This room is large признак мысленно отделяется от предмета, и его обозначение вводится как своего рода открытие, заканчивает мысль. Признак в данном случае приписывается предмету, связывается с выражением предикативности. В предложении This is a large room – large room выделяется как нечто цельное. Нельзя сказать This is a large. Связь предиката и предмета дается как нечто готовое, а не как открываемое в высказывании. Признак не отделяется от предмета, но вводится одновременно с ним. Различное осмысление связи между признаком и предметом в том и другом предложении можно пояснить с помощью следующих двух схем.

Сначала в высказывание вводится this room, а затем уже сообщается признак – large, т.е. обозначение признака вводится в предложение отдельно от обозначения предмета; признак как бы открывается говорящим и выступает в качестве характеристики комнаты.

Обозначения признака и предмета образуют в предложении единый комплекс, вводятся одновременно, как уже готовый элемент и раскрывают содержание this.

Таким образом, атрибутивная связь – это наиболее тесная связь между словами в предложении. При такой связи два члена максимально сливаются, т.е. представляют собой целостную единицу внутри предложения и членятся лишь внутри того комплекса, который образуют. В этом комплексе одно слово так подчинено другому, что оно для предложения самостоятельного значения не имеет. Атрибутивная связь по своей прочности, по силе «сцепления» между ведущим и зависимым словом приближается к связи между компонентами сложного слова, т. е. к связи лексического характера. Стоит связать слова еще более тесно и получится сложное слово. Атрибутивный комплекс стоит на грани сложного слова. В английском языке эта грань легко нарушается. В русском языке морфология не дает возможности перейти эту грань (ср. ‘белый медведь’ – ‘белого медведя’). Понятие внутренне осмысляется как целое, но все же оформляется в двух словах, и морфология не позволяет этого забывать. Это два слова, а не части одного слова.

Итак, общепринятым является выделение двух центров семантического поля качественности в языке: атрибутивной качественности и предикативной качественности. Разница между этими двумя видами качественности заключается в отношении к характеризуемому объекту. Предикативная качественность дискретна, признак приписывается его носителю в результате акта предикации. Атрибутивная качественность имеет иной характер. Атрибут и субъект представляют собой единый номинативный комплекс. Предикативная связь имеет субъективный характер, поэтому она является важнее в произведении, так как она помогает раскрыть отношение автора к происходящему, к герою. В сказке Оскара Уайльда «Счастливый принц» предикативные словосочетания преобладают, что свидетельствует об их диктумной направленности в тексте.

Кирей Т.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***М.Н. Николаева***

Лингвистические особенности национально-окрашенной лексики в новеллах О.Генри

Исследование американских реалий проводится на материале новелл О.Генри, который занимает в американской литературе исключительное место как мастер жанра «короткого рассказа». О.Генри создал свой уникальный, неповторимый мир, где действуют свои законы и правила, и в то же время за образами и положениями историй отчетливо проступают контуры повседневности.

Лингвокультурологические единицы связаны общностью некоторых характерных для них черт, таких как: историко-культурная значимость, эталонный, символический характер, нравоучительность, информативность, экспрессивность, стилистическая маркированность. Эти характерные черты могут быть представлены в неполном виде, в разных комбинациях и с различными акцентами.

С учетом существующих определений реалии, мы выработали свое рабочее определение, которым руководствуемся в нашем исследовании:

- Реалии – это слова и словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому, передающие национальный и исторический колорит и не имеющие, как правило, точных соответствий (эквивалентов) в других языках.

Учитывая разнообразие реалий, выделяемых лингвистами, в нашей работе мы ограничимся рассмотрением только национально-окрашенных реалий с особыми культурно-специфическими значениями, выражающими не только образ жизни, характерный для языкового коллектива, но и образ мышления (данные слова не являлись имена собственными первоначально и не переходят в их разряд впоследствии). Проанализировав новеллы О.Генри, мы составили свою тематическую классификацию национально-окрашенных реалий. Рассмотрим её ниже:

В основу нашей классификации положен принцип деления реалий согласно доминирующей функции, выполняемой лингвокультурной единицей. Реалии, используемые в рассказах О. Генри, передают функции следующих типов:

– функцию локально-исторической соотнесенности;
– культурно-историческую функцию;
– информативную функцию;
– номинативно-описательную функцию;
– информативно-техническую функцию;

– функцию маркера общественно-исторической идентичности.

Реалии, выполняющие функцию локально-исторической соотнесенности

Особенностью функции локально-исторической соотнесенности является то, что, реалия, реализующая её, описывает определенное явление или предмет повседневной деятельности человека, помещает читателя в характерный для этого народа интерьер, вызывая ассоциации с определенным историческим этапом развития.

Слово **shade** в значении «штора» является типичным американизмом, что связано со стилем жизни американцев, которые в большинстве своём яркие представители индивидуализма; таким образом, это метафорическое сравнение с тенью, защитой, и американцы, ориентированные на комфорт своего существования и на защиту своей частной жизни, обозначают этим словом штору.

(1) “Johnsy, dear,” said Sue, bending over her, “will you promise me to keep your eyes closed, and not look out the window until I am done working? I must hand those drawings in by to-morrow. I need the light, or I would draw **the shade** down.” (*The last leaf)*

– **hallway** – коридор, прихожая. **Hallway** является американизмом и представляет собой сложное слово, состоящее из двух лексических единиц

1) hall – данная единица, помимо общего значения приёмная, большая комната, уже сама по себе в американском английском обозначает коридор и 2) way – путь, дорога. Соединение этих двух единиц не только придает тексту эмоциональность, экспрессивность, но и подчеркивает любовь американцев ко всему роскошному, просторному.

Реалии, выполняющие культурно-историческую функцию

Особенность культурно-исторической функции реалий заключается в передаче базовых культурных знаний народа и исторических фактов его развития.

– **waist** (*The trimmed lamp*) – блузка, кофточка, корсаж. В процессе формирования американского варианта английского языка в соответствии с Вебстеровской реформой языка происходило упрощение как в правописании, так и в словарном составе языка, поэтому американцы по принципу метонимического переноса стали использовать слово waist (талия) для обозначения корсажа и блузки из-за их близкого расположения по отношению к талии.

(2) “How can you wear a **waist** like that, Lou?” said Nancy, gazing down at the offending article with sweet scorn in her heavy-lidded eyes. “It shows fierce taste.”

– **Stetson hat** (*The princess and the Puma*) – типичный американизм, это ковбойская шляпа (**стетсон**), фетровая, кожаная или соломенная шляпа, с высокой округлой тульёй, вогнутой сверху, и с широкими подогнутыми вверх по бокам полями. Современная ковбойская шляпа

была изобретена Джоном Стетсоном (первый производитель таких шляп) в 1860-х годах.

Реалии данной группы выполняют культурно-историческую функцию, так как одежда (мода) в определенной степени характеризует направление развития культуры народа, кроме того, её описание возвращает читателя в ту историческую эпоху, когда данные предметы или вошли в моду, или стали необходимым предметом одежды.

Реалии, реализующие информативную и культурно-историческую функции

Особенность реалий данной группы состоит в обеспечении исторической преемственности и передаче социального и культурного опыта, при этом данная информация провоцирует читателя на собственные исторические исследования.

Было выявлено, что реалии, входящие в эту группу, связаны с обозначением еды и напитков. Кулинарные блюда получили свое название непосредственно в Америке и включают продукты, которые растут на территории данной страны. Эти реалии выражены типичными американизмами.

– **flapjack** – блин, оладья. (*The cop and the Anthem*).

Flapjack – американизм, это сложное слово, состоящее из двух лексических единиц: 1) flap – типичный американский слэнг, слово образовано в результате звукоподражания, означает – хлопок, шлепок и 2) jack – (разновидность антономазии) имя Jack (Джек) было очень распространено в США, этим именем называли любого незнакомца, чужака. В дальнейшем это имя превратилось в нарицательное. Соединение этих двух единиц обуславливает образование одной культурно-маркированной единицы, которая создает экспрессивность и эмотивность текста. Кроме того, формирование этого слова обусловлено тем, что американский английский имеет тенденцию к образованию фразеологических сращений, или идиом, значение которых совершенно не выводимо из значений составляющих их компонентов.

(3) At a table Soapy sat and consumed beefsteak, **flapjacks, doughnuts** and pie. And then to the waiter be betrayed the fact that the minutest coin and himself were strangers.

– **suds** (*The cop and the Anthem*) – пиво. Это слово относится к американскому слэнгу. Оно вошло в американский английский благодаря голландским поселенцам. Это слово образовано от голландского sudse (болото, топь) путем метафорического сравнения (болото по цвету напоминает пиво, кроме того, на поверхности болота можно наблюдать пену). В произведении *The cop and the Anthem* это слово привносит в текст эмоциональность и экспрессивность, например: (7) “Sure, Mike,” she said joyfully, “if you’ll blow me to a pail of **suds**. I’d have spoke to you sooner, but the cop was watching.”

Несмотря на многообразие функций, выполняемых реалиями быта, общей для них является историческая функция, так как в основном предметы быта ассоциируются с определенным этапом исторического развития страны.

Реалии, реализующие номинативно-описательную функцию

Спецификой данной функции является то, что реалии, реализующие её, знакомят читателя не только с представителями флоры и фауны данной страны, но и передают атмосферу, в которой происходит действие рассказа. Наибольший интерес собой представляют реалии, обозначающие представителей фауны:

– **macaw** – попугай ара (*A Romance of a busy broker*). Название этих птиц является американизмом. Происхождение этого слова связывают с португальским словом “macau”, означающего плоды пальмового дерева, которыми питалась данная птица, а далее эту птицу по метонимическому переносу стали именовать в честь этих плодов.

(4) Her dress was grey and plain, but it fitted her figure with fidelity and discretion. In her neat black turban hat was the gold-green wing of **a macaw**.

– **coyote** (*The princess and the Puma*) – койот, волк. Данная лексическая единица – это американизм, поскольку это название появилось в Америке, так как в 50-х гг. XIX века койот водился только на территории от реки Миссисипи до гор Сьерра-Невада, и от провинции Альберта (Канада) до Мексики. Название животного происходит от испанского слова *coyotl*, «божественная собака».

Знакомя с названиями объектов флоры и фауны, писатель описывает природу в общем, а также отдельных её представителей. Благодаря подобным реалиям читателю удается лучше прочувствовать атмосферу рассказов О.Генри.

Реалии, реализующие информативную функцию о техническом прогрессе определенного исторического периода

Специфика данной функции состоит в том, что с её помощью реалия знакомит читателя с техническим развитием страны в определенную историческую эпоху.

– **flyer** – экспресс (*The roads we take)*. На формирование данного американизма повлиял сложившийся характер американцев, их склонность к путешествиям, передвижениям, ещё с давних времен известна любовь ковбоев к быстрым скачкам, таким образом, этот американизм был создан в результате метафорического сравнения поезда с быстро летящим объектом.

(5) Besides the aqueous addition the engine of that famous **flyer** acquired some other things that were not good for it.

С помощью национально окрашенных слово-реалий знакомит читателя с названиями неотъемлемых атрибутов обстановки и показывает технические достижения описываемого времени и событий.

Реалии, осуществляющие функцию маркера социально-исторической идентичности

Особенностью реалий, реализующих эту функцию, является их способность обозначать характерные для описываемого исторического периода виды деятельности людей.

Известно, что скотоводство (в частности, разведение коров) было одним из основных занятий сельского населения США эпохи освоения западных земель. В этой связи в американском варианте отмечается большое количество слов со значением «ковбой» (*cowboy*, от *cow* – корова и *boy* – парень), название, употреблявшееся на Диком Западе США по отношению к пастухам скота. Кроме того, понятию «ковбой» придаётся такое большое значение, потому что оно составляет одну из самых первых вех в истинно американской истории. У этого слова также имеется позитивно окрашенный ассоциативный ореол, связанный с понятиями «смельчак, авантюрист, сорви-голова».

– **cowboy** – ковбой (*The last leaf*). (13) As Sue was sketching a pair of elegant horseshow riding trousers and a monocle on the figure of the hero, an Idaho **cowboy**, she heard a low sound, several times repeated. She went quickly to the bedside.

– **cow-puncher** – ковбой (*The princess and the Puma*) (14) Josefa, on her pony, had prospected over every mile of it. Every **cow-puncher** on the range knew her by sight and was a loyal vassal.

– **wrangler** – рабочий на ранчо, конюх. (*The princess and the Puma*) (15) “The old rascal ran away from camp yesterday,” answered Givens readily. “It’s a wonder the coyotes didn’t scare him to death. You see, Jim Webster, our horse **wrangler**, brought a little terrier pup into camp last week.”

– **bluecoat** – полицейский (*The cop and the Anthem*). Данный американизм представляет собой прием синекдохи, он указывает на прагматичность американцев, которые называли не только предметы, но и представителей профессий по характерным внешним чертам, полицейские носили форму голубого цвета, отсюда и понятие **bluecoat.**

(6) Three months of assured board and bed and congenial company, safe from Boreas and **bluecoats**, seemed to Soapy the essence of things desirable.

Реалии данной группы реализуют функцию маркера социально-исторической идентичности описываемого объекта, они знакомят читателя с разными представителями американского общества, профессий, которые получили свои названия в процессе исторического развития отношений между людьми.

Таким образом, составив тематическую классификацию национально окрашенных слов-реалий на материале новелл О.Генри, можно сделать выводы:

– реалии, составляющие национально окрашенную лексику, представляют значительный пласт лексики в новеллах О.Генри, автор

знакомит читателя не только с историей страны, которую в большей степени передают ономастические реалии, но и с бытом и культурой населения Америки;

– несмотря на многообразие функций, выполняемых реалиями быта, общей для них является историческая функция, так как в основном предметы быта ассоциируются с определенным этапом исторического развития страны;

– среди реалий, являющихся национально окрашенной лексикой, в новеллах О.Генри доминируют реалии быта, географические реалии и реалии, обозначающие род занятости людей, так как прежде чем поселиться в Нью-Йорке, где он прожил долгое время, автору пришлось побывать в разных уголках страны. Он был хорошо знаком с географией США, флорой и фауной, что нашло отражение в его произведениях.

Литература

1. *Маслова В.А. Лингвокультурология. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: Академия, 2001.*
2. *Ощепкова В.В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии и Новой Зеландии. – М./СПб.: ГЛОССА/КАРО, 2004.*
3. *Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000.*
4. *Томахин Г.Д. Реалии-американизмы. Пособие по страноведению. – М.: Высшая школа, 1988.*
5. *Чернов Г.В. Англо-русский / Русско-английский словарь. Американский вариант. – М.: ABBYY Press, 2009.*
6. *O Henry. 100 Selected Stories. – Wordsworth Editions Limited, 1995.*

Мосман Т.

5 курс, факультет лингвистики и межкультурной коммуникации,
Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **А.Т. Тазмина

Стилистическая роль антономазии в художественных текстах

(на материале пьесы “The School for Scandal” by R.B. Sheridan)

В настоящее время имена собственные личные изучают представители самых разных наук (лингвисты, географы, историки, этнографы, психологи, литературоведы). Однако в первую очередь собственные имена личные пристально исследуются лингвистами, поскольку любое наименование – это слово, входящее в систему языка, образующееся по законам языка и употребляющееся в речи.

К числу стилистических приемов, основанных на выявлении отношений двух типов лексических значений, относится использование собственных имен в значении нарицательных и, наоборот, нарицательных в значении собственных. В таком стилистическом использовании одновременно реализуются лексические значения двух типов: предметно-

логическое и назывное, основное предметно-логическое и контекстуально-назывное.

По мнению И.Р. Гальперина [1], антономазия – это один из частных случаев метонимии, в основе которой лежит отношение места, где произошло какое-либо событие и само событие, лицо, известное каким-либо поступком, деятельностью, и сам поступок, деятельность. Это отношение проявляется во взаимодействии назывного и предметно-логического значения.

Лингвисты А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко [2] различают два вида антономазии: использование имени собственного в значении нарицательного существительного (Othello, Don Juan, Romeo, Hamlet) и использование нарицательных существительных или их частей в функции имени собственного.

Антономазия как стилистическое средство чаще используется в разговорной речи и в художественной литературе для придания колоритности произведению или беседе, выражения собственного мнения относительно того или иного героя, передачи о нем дополнительной информации (профессия, характер и т.д.), а также создания иронического или юмористического эффекта. Различают два вида антономазии: использование имени собственного в значении нарицательного существительного и использование нарицательных существительных в функции имени собственного. Антономазия может выполнять следующие функции: оценочная, идентификационная, экспрессивная.

Часто функции антономазии совпадают с функциями оценочных прилагательных.

В произведении “The School for Scandal” герои имеют «говорящие имена», которые можно интерпретировать следующим образом:

- *Lady Teazle*. При сопоставлении фамилии данной героини и глагола to tease можно выявить прямую зависимость значения данного глагола и характера Леди Тизл. Глагол to tease в английском языке означает «дразнить, подразнивать», и в соответствии с этим смыслом так и ведет себя данная героиня, которая не упустит ни малейшей возможности колко высказаться в адрес других героев вне зависимости от того, какие отношения их связывают.
- *Sir Benjamin Backbite*. Имя данного героя говорит само за себя. В значении глагола to backbite «злословить, клеветать за чьей-либо спиной» заключается точная характеристика героя, который, несмотря на свой возраст, является уже достаточно язвительным и ехидным человеком.
- *Mr. Snake.* Этого героя можно охарактеризовать как подлого человека, замышляющего различные гадкие деяния и который «пресмыкается» перед героями, которые выше его по статусу, положению в обществе. Слово snake в английском языке имеет следующие значения: «змея, предатель, гадина». Эта фамилия говорит о его владельце больше

чем его действия, при этом уже при ее прочтении можно сделать предположения о характере героя.

- Антономазия, связанная с именем *Mrs. Candour* носит иронический характер, так как candour в английском языке имеет значение «белизна; безупречность, непорочность, беспристрастность, справедливость, объективность, искренность». Возможно, именно такой желает быть в глазах других Mrs. Candour. В беседах она всегда раскрывает и подчеркивает негативные стороны других людей при этом, незамедлительно оправдывая их, чтобы показаться доброй и искренней.
- Фамилия *Lady Sneerwell* имеет весьма «говорящий» характер, так как слово sneer имеет значение «высмеивание, насмешка, колкость», а одним из значений слова well является «кладезь, источник». И по сути своей данная героиня является неиссякаемым «источником насмешек».
- *Crabtree.* В ходе разбора на составляющие фамилии этого героя и анализа уже непосредственно составляющих можно заметить явные сходства с его характером. В английском языке слово crab имеет следующие значения: брюзга, ворчун; придирка, необоснованная критика; раздражительный, сварливый человек; ворчать, жаловаться; выискивать недостатки, придирчиво критиковать. Значение слова *tree* можно интерпретировать следующим образом: дерево, точнее его качества могут характеризовать человека как недостаточно осведомленного, глупого, бестолкового или ограниченного. Все эти характеристики абсолютно подходят для описания характера Crabtree, который всегда делает замечания и обсуждает недостатки других людей, не замечая при этом своих.
- *Sir Benjamin Backbite* является племянником Crabtree. Имя данного героя говорит само за себя. Значение глагола to backbite «злословить, клеветать за чьей-либо спиной» – точная характеристика героя, который, несмотря на свой возраст, является уже достаточно язвительным и ехидным человеком. Backbite не упустит возможности в компании «себе подобных» вставить едкое словечко.
- Для следующей героини автор выбирает имя Мария (*Maria*), возможно, для того, чтобы подчеркнуть ее искренность, доброту, непорочность и «неиспорченность». Среди других героев именно она выступает единственным положительным героем, который не участвует ни в интригах, ни в заговорах.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Ричард Бринсли Шеридан в своем произведении «Школа злословия» применительно ко всем героям использует прием антономазии с целью сделать повествование более ярким и выразительным, а также для того, чтобы достичь юмористический и иронический эффект.

При анализе художественной англоязычной литературы в ней были выявлены многочисленные случаи применения антономазии. В данной

работе проанализировано произведение Ричарда Бринсли Шеридана «Школа злословия», в котором были установлены обоснованные случаи использования антономазии. Возможно, это связанно с тем, что произведение указанного автора является пьесой, и поэтому детальное описание характера героев в ней невозможно. И для раскрытия сущности своих героев автор мастерски использует прием антономазии, в данном случае использование «говорящих» имен.

Литература

1. Гальперин, И.Р. Стилистика английского языка [Текст] : Учебник / И.Р. Гальперин. – М.: Высшая школа, 1981. – 334 с.

2. Мороховский, А.Н. Стилистика английского языка [Текст] : учеб. для инов и фак. иностр. яз. / А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В.Тимошенко. – Киев: Выща шк., 1991. – 270 с.

Никифорова О.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***М.В. Евстифеева***

Особенности эмотивной лексики в художественном тексте

Эмотивность – это «имманентно присущее языку семантическое свойство выражать системой своих средств эмоциональность как факт психики, отраженные в семантике языковых единиц социальные и индивидуальные эмоции» (В.И. Шаховский). Вопрос об эмотивных компонентах и эмотивной структуре текста на сегодняшний день не является решенным, однако определенные результаты проведенных исследований уже могут быть использованы при проведении анализа текста, при установлении его семантической структуры.

Эмотивность текста имеет две стороны: план содержания и план выражения. Эмотивное содержание распределяется по основным уровням текста: с одной стороны, оно в виде эмотем входит в когнитивное содержание текста, с другой, – составляет эмотивную часть прагматических стратегий автора. В плане выражения эмотивность линейна и представлена в тексте всем набором языковых и текстовых маркеров эмоций, мотивированных многоуровневым эмотивным содержанием.

Источники порождения эмотивности текста разнообразны и не всеми исследователями понимаются одинаково. С одной стороны, основным источником эмотивности текста являются собственно эмотивные языковые средства. Способы манифестации эмотивных ситуаций в художественном тексте разнообразны: «от свернутых (семный конкретизатор, слово) и минимально развернутых (словосочетание, предложение) до максимально развернутых (фрагмент текста, текст)».

Основываясь на коммуникативном подходе, В.А. Маслова считает, что важнейшим источником эмотивности текста является его содержание, которое «является потенциально эмоциогенным, потому что всегда найдется реципиент, для которого оно окажется личностно значимым. Эмоциогенность содержания текста – это, в конечном счете, эмоциогенность фрагментов мира, отраженных в тексте».

Однако изначально эмотивность есть лингвистическая категория, актуализирующаяся посредством художественного слова в любом отрезке текста. Эмотивное пространство текста, по мнению Л.Г. Бабенко, И.Е. Васильева, Ю.В. Казарина, представлено двумя уровнями – уровнем персонажа и уровнем его создателя-автора: «целостное эмотивное содержание предполагает обязательную интерпретацию мира человеческих эмоций (уровень персонажа) и оценку этого мира с позиции автора с целью воздействия на этот мир, его преобразования».

Вербальное выражение эмоций (чувств) предполагает наличие в языке специфической категории эмотивности, которая соотносится с психологической категорией эмоциональности. Приоритет в осуществлении вербализации эмоций принадлежит номинативным лексическим единицам, поскольку они обладают наибольшим номинационным потенциалом, в структурах их лексических значений эмотивная сема является коммуникативно значимой; семантика таких эмотивов не зависит от контекста. С функциональной точки зрения такая лексика интерпретируется как эмотивная.

Смысл лексической единицы в художественном тексте создается взаимодействием общеязыкового и индивидуально-личностного начал. Ведущая роль в раскрытии эмоциональных состояний героев художественных текстов, передаче представления об их эмоциональном мире и в раскрытии конкретного авторского замысла принадлежит эмотивным лексическим средствам.

Заслуживает внимания модель толкования названий эмоций А. Вежбицкой, разработанная через универсальные семантические примитивы, то есть «врожденные и универсальные, интуитивно ясные и самообъясняющиеся понятия, которые должны выявляться в описании многих языков мира (генетически и культурно различных)». Предложенные толкования представляют собой своего рода прототипические модели поведения или сценарии, которые задают последовательность мыслей, желаний и чувств. Их можно рассматривать как формулы, не допускающие размытости границ между понятиями и предусматривающие строгое разграничение необходимых и достаточных условий не для эмоций как таковых, но для эмоциональных понятий. Названия эмоций классифицируются А. Вежбицкой следующим образом:

– эмоции, связанные с «плохими вещами» (*sadness, unhappiness, distress, upset, sorrow, grief, despair*);

– эмоции, связанные с «хорошимивещами» (*joy, happiness, content, pleasure, delight, excitement*);

– эмоции, связанные с людьми, совершившими плохие поступки, и вызывающими негативную реакцию (*fury, anger, rage, wrath, madness*);

– эмоции, связанные с размышлениями о самом себе, самооценкой (*remorse, guilt, shame, humiliation, embarrassment, pride, triumph*);

– эмоции, связанные с отношением к другим людям (*love, hate, respect, pity, envy*).

Наиболее яркой особенностью функционирования в тексте лексических единиц, обозначающих эмоции (чувства), являются эмотивные цепочки – комбинации в одном или ближайших контекстах нескольких эмотивов. В эмотивных цепочках может происходить либо сближение смыслов эмотивных лексических единиц, либо их противопоставление, при котором актуализируются дифференциальные и ослабевают общие семы.

Эмотивная специфика текстов может быть определена через соотношение эмотивного фона, эмотивной тональности и эмотивной окраски и регламентируется функционально-стилевыми нормами. Учёт особенностей эмотивного фона, эмотивной тональности и эмотивной окраски текстов может рассматриваться в качестве критерия разграничения таких феноменов, как «эмотивность текста» и «эмотивный текст», в пределах каждого функционального стиля. При этом выявление различных элементов эмотивного содержания текстов, а также учёт их функциональных особенностей обусловливает определение различных групп функций, свойственных текстовой эмотивности: функции по соотношению эмоциональной и рациональной информации в тексте (дублирующая, компенсирующая, замещающая), функции по прагматическим задачам (эмоциональное самовыражение автора, эмоциональная оценка, эмоциональное воздействие на адресата).

Панкова В.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *докт. филол. наук, проф.* ***Т.С.Монина***

Функционирование фразовых глаголов с семантикой «движение» в диалоге
(на примере произведения Katherine Mansfield “The black cap”)

Дискурс – речь, процесс языковой деятельности; способ говорения. Многозначный термин ряда гуманитарных наук, предмет которых прямо или опосредованно предполагает изучение функционирования языка, – лингвистики, литературоведения, семиотики, социологии, философии, этнологии и антропологии. Четкого и общепризнанного определения

«дискурса», охватывающего все случаи его употребления, не существует, и не исключено, что именно это способствовало широкой популярности, приобретенной этим термином за последние десятилетия.

Наиболее отчетливо выделяются три основных класса употребления термина «дискурс», соотносящихся с различными национальными традициями и вкладами конкретных авторов.

К первому классу относятся собственно лингвистические употребления этого термина, исторически первым из которых было его использование в названии статьи *Дискурс-анализ* американского лингвиста З. Харриса, опубликованной в 1952 г. Собственно лингвистические употребления термина «дискурс» сами по себе весьма разнообразны, но в целом за ними просматриваются попытки уточнения и развития традиционных понятий речи, текста и диалога. Переход от понятия речи к понятию дискурса связан со стремлением ввести в классическое противопоставление языка и речи, принадлежащее Ф. де Соссюру, некоторый третий член – нечто «более речевое», нежели сама речь, и одновременно – в большей степени поддающееся изучению с помощью традиционных лингвистических методов, более формальное и тем самым «более языковое». Согласно Н.Д. Арутюновой, «дискурс – это речь, погруженная в жизнь».

Второй класс употреблений термина «дискурс», в последние годы вышедший за рамки науки и ставший популярным в публицистике, восходит к французским структуралистам и постструктуралистам, и прежде всего к М. Фуко. За этим употреблениями просматривается стремление к уточнению традиционных понятий стиля и индивидуального языка. Понимаемый таким образом термин «дискурс» описывает способ говорения и обязательно имеет определение – КАКОЙ или ЧЕЙ дискурс, ибо исследователей интересует не дискурс вообще, а его конкретные разновидности, задаваемые широким набором параметров: чисто языковыми отличительными чертами, стилистической спецификой (во многом определяемой количественными тенденциями в использовании языковых средств), а также спецификой тематики, систем убеждений, способов рассуждения.

Существует, наконец, третье употребление термина «дискурс», связанное прежде всего с именем немецкого философа и социолога Ю. Хабермаса, в котором «дискурсом» называется особый идеальный вид коммуникации, осуществляемый в максимально возможном отстранении от социальной реальности, традиций, авторитета, коммуникативной рутины и т.п. и имеющий целью критическое обсуждение и обоснование взглядов и действий участников коммуникации.

Все три перечисленных макропонимания (а также их разновидности) взаимодействовали и взаимодействуют друг с другом. Это обстоятельство

дополнительно усложняет общую картину употребления термина «дискурс» в гуманитарных науках.

Данная работа опирается на два основных класса употребления термина «дискурс».

Прежде всего на его собственно лингвистическое употребление, в котором чрезвычайно близко к понятию «дискурса» понятие «диалог».

Дискурс, как и любой коммуникативный акт, предполагает наличие двух фундаментальных ролей – говорящего (автора) и адресата. При этом роли говорящего и адресата могут поочередно перераспределяться между лицами – участниками дискурса; в этом случае говорят о диалоге. Если же на протяжении дискурса (или значительной части дискурса) роль говорящего закреплена за одним и тем же лицом, такой дискурс называют монологом. Неверно считать, что монолог – это дискурс с единственным участником: при монологе адресат также необходим. В сущности, монолог – это просто частный случай диалога, хотя традиционно диалог и монолог резко противопоставлялись.

Второе направление употребления понятия «дискурс», использованное в данной работе – публицистическое, подразумевающее, что дискурс занимается исследованием индивидуального языка, описывает его особенности.

Задача данной работы – исследование дискурса Кэтрин Мэнсфилд, на примере диалогического текста. Объектом исследования являются фразовые глаголы с семантикой движения.

Согласно определению Джейн Поуви «фразовый глагол» – это сочетание «простого» глагола, состоящего из одного слова и адвербиального послелога, представляющее единую семантическую и синтаксическую единицу. Основываясь на формальном определении фразового глагола, делаем вывод, что все фразовые глаголы имеют одну формулу, но их семантика варьируется в зависимости от функции послелога, следовательно, можно выделить следующие три группы фразовых глаголов:

- мотивированные прямым значением послелога, имеющие совокупную семантику (to come by);
- мотивированные переносным значением послелога (to look forward to);
- немотивированные, имеющие идиоматичную семантику (to be off).

Многочисленную группу фразовых глаголов составляют глаголы с семантикой «движение». Подобные фразовые глаголы очень разнообразны как по своей сочетаемости, так и по значениям. Они могут выражать характер действия, переход из одного состояния в другое, побуждение к действию и так далее, но во всех случаях действие характеризуется

значением, заключенным в самом глаголе. Следовательно, можно выделить следующие группы фразовых глаголов движения:

- номинирующие движение (to stand up – подняться, go out – выйти, go into – войти);
- выражающие прекращение или, наоборот, начало движения (to get over – покончить, разделаться с чем-то, jump down – спрыгнуть, run out – закончить гонку);
- с семантическим компонентом «отсутствие изменения положения предмета» (to stay behind, to keep behind – to remain at a distance behind something, to stay down – to remain at a lower level);
- в значении которых доминирует компонент «образа движения» (to walk away from – to leave something or someone on foot, to walk about/around – to walk without direction).

Причиной широкого употребления фразовых глаголов в диалогических текстах разговорного характера является тот факт, что подобные глаголы обладают краткостью, но в то же время большой степенью выразительности, придающей высказыванию экспрессивную окраску.

Литература

1. *Поуви Д. Говорите правильно по-английски. – М.: Высшая школа, 1984.*
2. *Аничков И.Е. Труды по языкознанию. – СПб.: Наука, 1997.*
3. *http://slovari.yandex.ru*
4. *www.onelook.com*

Папина Н.

2 курс, факультет «Социально-культурный сервис и туризм»,
Псковский филиал Санкт-Петербургского государственного
университета сервиса и экономики
Научный руководитель: *ст. преп.* ***Л.В. Виноградова***

Деформация языковых норм в текстах современных песен

Русский язык играл и играет огромную созидательную роль в развитии культуры, науки и образования народов России. Однако в последнее время на самых разных уровнях обсуждается вопрос о так называемой «порче» русского языка – о тех изменениях, которые стремительно происходят на постсоветском пространстве, то есть в языке «новейшего» периода истории и культуры. Особенно четко прослеживается тенденция несоблюдения языковых норм, которая влияет на формирование языкового сознания подрастающего поколения.

Представление о языковой норме дети и подростки получают в процессе обучения в школе, однако главным формирующим средством является окружающая их языковая среда. Овладение нормами происходит не только сознательно, но и подспудно: на него влияют люди, с которыми дети общаются, и тексты, которые они читают и слушают. О.В. Кукушкина

отмечает, что «владение типовыми способами описания – навык, который не приобретается путем чтения грамматик. Он возникает только в результате активного усвоения текстов определенной тематики» [1, с. 8]. Одним из основных носителей текстовой информации у подростков становится поп-музыка.

В настоящее время поп-музыка становится видом массовой культуры в самом негативном значении этого слова. Этим музыкальным направлением интересуется едва ли не каждый человек. Возможно, именно вследствие такого повышенного интереса поп-музыка максимально упрощается. Это упрощение проявляется как в музыке, так и в текстах. Впоследних оно приводит к множеству нарушений норм русского языка. В связи с этим предметом данного исследования являются языковые нормы, подвергающиеся деформации в текстах современных песен жанра «поп».

Проведенный анализ позволил выделить нарушения следующих видов языковых норм.

1) Орфоэпические нормы (нормы произношения, ударения и интонации).Группа «Руки вверх!», песня «Студент»: «*Ты **звОнишь** ей домой*». Норма: «звонИшь». Дима Билан, песня «Ночной хулиган»: «*Дерево **посадИм** и детей родим*». Норма: «посАдим». Ю. Шатунов, песня «Детство»: «*Дразнить Наташку, дергать **зАкосУ**...*». Норма: «зА косу». Здесь следует отметить, что орфоэпические нормы деформируются, как правило, намеренно, чтобы слова «хорошо легли на музыку или попали в рифму».

2) Грамматические нормы (правила использования морфологических форм различных частей речи и синтаксических конструкций): Певица Жасмин, песня «Перепишу любовь»: «*Отпускала синицу смело, превращая **в журавль белый***». Норма: «Превращала в журавля белого». Певица Валерия, песня «Птица-разлука»: «***Два брусничные куста***». Норма: «Два брусничных куста». Певица Глюкоза, песня «Жениха хотела»: «*Дерни **сто грамм***». Норма: «сто граммов». Группа «Дискотека Авария», песня «Новогодняя»: «*Граммов около **двухста***». Норма: «двухсот».Группа «Ляпис Трубецкой», песня «Евпатория»: «*Были только ты и я **в курорте** Евпатория*». Норма: «на курорте».

3) Лексические нормы (нормы, определяющие правильность выбора слова из ряда единиц, близких ему по значению или по форме, а также употребление его в тех значениях, которые оно имеет в литературном языке). Группа «Чиж и Со», песня «О любви»: «*Мою песню **услышат тысячи глаз***». Норма: «глаза увидят». Певица Жасмин, песня «Самый любимый»: «*Время **убегает, как песок***». Следует заменить глагол «убегает» на более подходящий по смыслу к слову «песок». Группа «Рефлекс», песня «Может быть, показалось»: «***Телом** жарким в космос **кричишь***». Следует заменить глагол «кричишь» наиболее подходящим по смыслу. Сергей Зверев, песня «Дольче Габана»: «*Её **зубы** от луны*

отражались». Следует подобрать к слову «зубы» более подходящий глагол. А. Балакирева из «Фабрики звезд-5», песня «Я сделаю все»: «***Накрашенные стрелки*** *не дают разрыдаться*». Норма: нарисованные стрелки, но накрашенные глаза. Группа «Любэ», песня «По высокой траве»: «*Полной грудью* ***вздохну*** *воздух этих полей*». Норма: «вдохну воздух».

4) Стилистические нормы (употребление языковых средств в соответствии с законами жанра, особенностями функционального стиля и шире – с целью и условиями общения). Как показал проведенный анализ, нарушение именно данного вида норм встречается наиболее часто.

«*Одуплиться*» (молод., разг.) – опомниться, понять. Потап и Настя Каменских, песня «Crymeariver»: «*Ты так поздно* ***одуплился****, у любви ремикс не получился*».

«*Сбацать*» (молод., разг.) – сыграть на музыкальном инструменте. Потап и Настя Каменских, песня «Crymeariver»:«*Ремикс* ***не сбацаешь***».

«*Ящик*» (молод., разг.) – телевизор; «*прощелкать*» (молод.) – пропустить. Потап и Настя Каменских, песня «Crymeariver»: «*Любовь мы* ***по ящику прощелкали***!».

«*Зажигать*» (молод.) – веселиться, развлекаться. Группа «Пропаганда», песня «Ты супер, детка!»: «*Я* ***зажигаю****, я хочу танцевать*».Группа «Фабрика», песня «Море зовет»: «*А мы такие* ***зажигаем***».

«*Достать*» (молод., разг.) – надоесть кому-либо. Группа «Дискотека Авария», песня «Новогодняя»: «…*И песню твою меня заказывать* ***достали***…»

«*Беспонтовый*» (молод.) – безнадежный, плохой, достойный презрения. Группа «Звери», песня «Южная ночь»: «***Беспонтовые*** *ночи, синеглазое утро*».

Отдельно следует сказать о языковых явлениях, нарушающих морально-этические нормы, которые в последнее время наблюдаются все чаще и чаще.

«*Фигня*» (разг., пренебр.) – глупости, выдумки, чушь. Группа «Инь-Ян», песня «Пофиг»: «*Мне всё* ***пофиг***». Группа «Сети», песня «Смайл»: «*Миг через миг в жизни происходит* ***фигня***». Группа «Жуки», песня «Зуб»: «*Ну, а так, это всё* ***фигня***».

«*Хреново*» (жарг.) – плохо. Потап и Настя Каменских, песня «Crymeariver»: «*Только что-то* ***хреновато*** *на моей душе, ребята*».

«*Тёлка*» (жарг.) – девушка. Потап и Настя Каменских, песня «Crymeariver»: «*Потерял меня ты между* ***тёлками***».

«*Дура*» (неодобр., прост.) – глупая женщина или девушка. Певица Глюкоза, песня «Юра»: «*Ой, Юра, Юра, Юра, я такая* ***дура****…*». Глюкоза и Верка Сердючка, песня «Жениха хотела»: «*И если это выбор твой, на свадьбу я не иду. Не пойду, ты ж просто* ***дура****...*».

Таким образом, данные примеры доказывают, что в текстах современных песен часто нарушаются нормы русского литературного языка. Выше уже было сказано о том, что поп-музыка – это элемент культуры массового потребления, поэтому первоочередная задача поп-культуры состоит в том, чтобы обратить на себя внимание молодежи, в том числе и через особенности построения песенного текста. Однако на наш взгляд, в тексте песни, как в любом тексте, должны соблюдаться нормы русского литературного языка, т. к. привлечь внимание можно и без ошибок.

В заключение хотелось бы сказать, что язык – это неотъемлемая часть нашей культуры. Богатством и красотой русского языка восхищались во все времена. А мы по каплям теряем эту гордость с выходом каждой «попсовой» песни.

Литература

1. Кукушкина О.В. Основные типы речевых неудач в русских письменных текстах. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 173 с.

2. Русский язык и культура речи: учебник /Под ред. Максимова В.И. – М.: Гардарики, 2001. – 413 с.

Размоткина А.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *докт. филол. наук, доц.* ***Т.С. Монина***

Тематическая группа «Привидение» в рассказе Ч.Диккенса «Рождественская песнь в прозе»

Ввод В.В. Виноградовым в лингвистику понятия образа автора, по сути дела, связал авторство с индивидуально-авторским своеобразием в использовании языковых единиц. По его мнению, исследование таких аспектов, как индивидуальный стиль автора, его место и функции в системе литературы определенного времени, соотношение с другими стилями, дает возможность представить автора как языковую личность – личность, выраженную в языке и через язык, которую можно воссоздать на основе используемых ею языковых средств [Виноградов В.В. 1961, 64]. Носитель языка получает в свое распоряжение готовую систему языковых значений вместе с заключенными в них способами представления смысла, как языковая личность говорящий может создавать свою собственную систему отражения мира, но только в пределах языковой системы. Рассмотрим это положение на примере формирования тематической группы «привидение» в рассказе Ч. Диккенса «Рождественская песнь в прозе», которая представлена в описательных фрагментах четырех персонажей-привидений.

Эти персонажи представлены как существа, соединяющие в себе два плана описания: метафизический и виртуальный. Тематическая группа «Привидение» вследствие этого заключает в своем составе две лексико-семантических группы, реализующих эти планы описания.

Персонаж №1 – призрак Марли, бывшего коллеги главного героя рассказа.

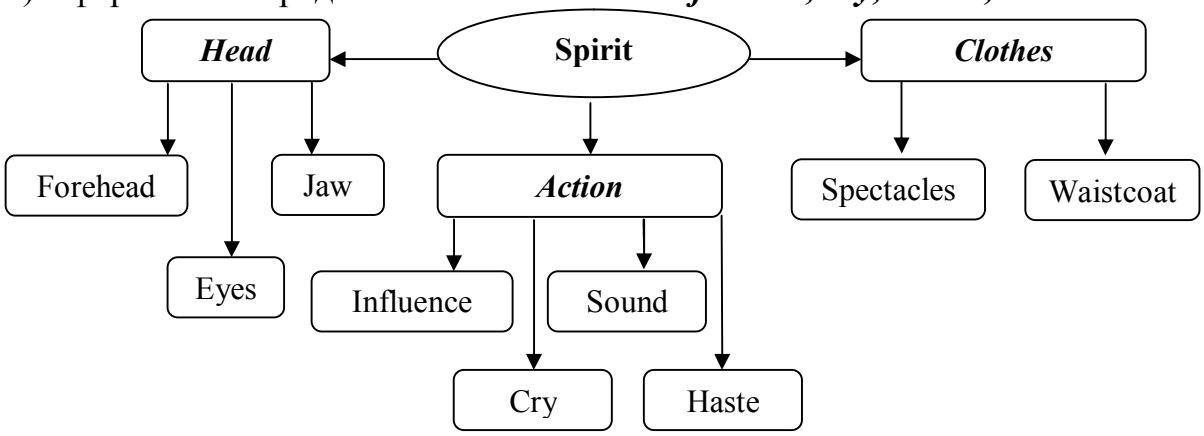
Метафизический план персонажа представлен лексико-семантической группой, которая в данном случае представляет собой иерархизированную структуру, состоящую из компонентов, связанных между собой гиперо-гипонимическими отношениями. (Гиперо-гипонимические отношения охватывают и структурируют значительную часть словарного состава языка. Они являются самыми распространёнными парадигматическими связями слов.)

Архитемой тематической группы «привидение» является понятие "***spirit***" (привидение), представленное лексемами ***ghost***, ***visitor, phantom***. Архитема реализуется следующими тремя понятийными сферами: 1) ***head,*** 2) ***clothes***, 3) ***action***, реализованными следующим образом:

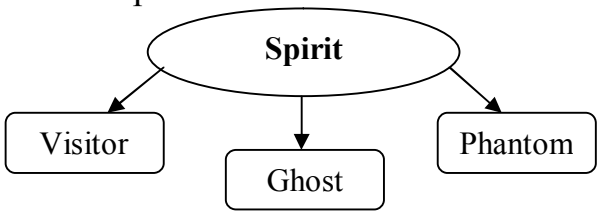
1) Сфера ***head*** представлена лексемами ***eyes, forehead, jaw***;

1) Сфера ***clothes*** представлена лексемами ***spectacles, waistcoat***;

1) Сфера ***action*** представлена лексемами ***influence, cry, sound, haste***.



Кроме того, как уже говорилось, понятие «привидение» представлено различными лексемами:



Виртуальный план персонажа представлен лексико-семантической группой, которая также представляет собой иерархизированную структуру, состоящую из компонентов, связанных между собой гиперо-гипонимическими отношениями.

Архитемой в данном случае является понятие ***atmosphere*** (впечатление, производимое призраком). Архитема реализуется

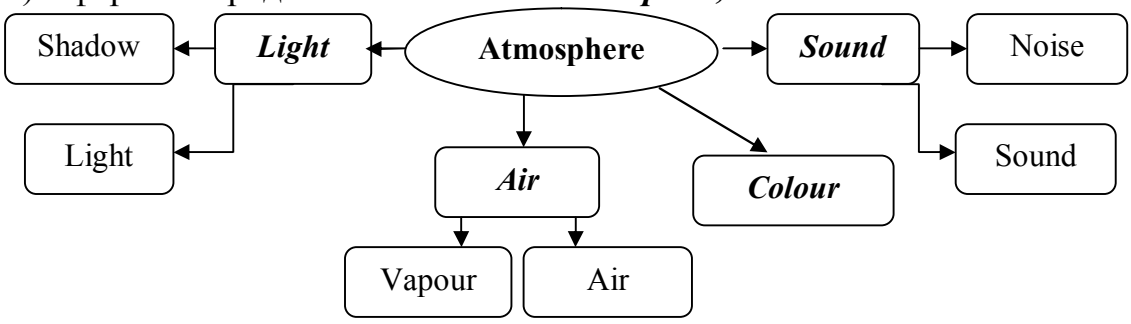
следующими четырьмя понятийными сферами: 1) ***light,*** 2) ***sound***, 3) ***colour,*** 4) ***air***, реализованными следующим образом:

1) Сфера ***light*** представлена лексемами ***shadow, light;***

2) Сфера ***sound***– лексемой ***sound***, ***noise;***

3) Сфера ***colour*** – лексемой ***colour***;

4) Сфера ***air*** представлена лексемами ***vapour, air***.



Принимая во внимание семантику компонентов тематической группы, можно сделать вывод, что автор уделяет практически одинаковое внимание всем аспектам понятия «привидение», а именно: его внешности, одежде и действиям, которые он производит. Структура тематической группы развивает контекстуальные коннотативные значения. Использованные писателем при описании привидения лексемы “spectacles”, “waistcoat”, свидетельствуют о том, что перед нами интеллигент (если призрака можно назвать таковым). Это не обычный клерк, а деловой партнер главного героя.

Проанализировав лексику виртуального плана, мы видим, что писатель не уточняет в каких красках, оттенках появляется призрак. Акцент делается, скорее, на свет и тень, воздух, шум. Все это создает особую, таинственную атмосферу присутствия иного мира.

Персонаж №2 – первый из трех призраков.

Метафизический план персонажа представлен лексико-семантической группой, которая и в этом случае представляет собой иерархизированную структуру, состоящую из компонентов, связанных между собой гиперо-гипонимическими отношениями.

Архитемой тематической группы «привидение» также является понятие “***spirit***” (привидение), которое на этот раз представлено лексемой ***medium***. Архитема реализуется следующими тремя понятийными сферами: 1) ***body***, 2) ***action,*** 3) ***clothes***, 4) ***size***, 5) ***quality*** реализованными следующим образом:

1) Сфера ***body*** представлена лексемами ***figure, parts, hand, bloom;***

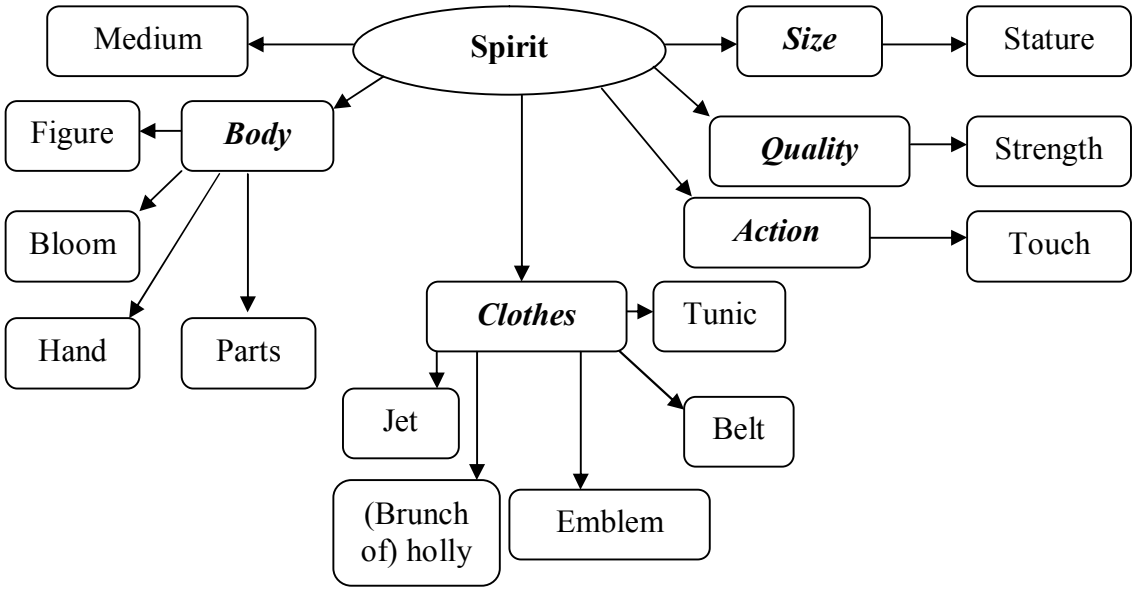
2) Сфера ***action*** представлена лексемой ***touch***;

3) Сфера ***clothes*** представлена лексемами ***tunic, jet, belt, emblem, (a brunch of) holly;***

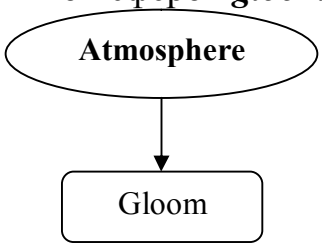
4) Сфера ***size*** представлена лексемой ***stature;***

5) Сфера ***quality*** представлена лексемой ***strength.***

Получается следующая схема:



Виртуальный план персонажа представлен сравнительно небольшой лексико-семантической группой, которая также представляет собой иерархизированную структуру, состоящую из компонентов, связанных между собой гиперо-гипонимическими отношениями. Архитема ***atmosphere*** (впечатление, производимое призраком) реализуется понятийной сферой ***gloom***, не представленной ни одной лексемой.



Проанализировав данные, можно отметить, что при описании первого из трех призраков автор также уделяет большое внимание его физическим характеристикам. Ч. Диккенс описывает внешность привидения – его части тела, одежду, размер. Таким образом, есть читатель может отчетливо представить себе визуально этот призрак.

Особенно важно то, что описывая первое привидение, писатель акцентирует внимание читателя на его одежду. Мы видим, что этот призрак носит тунику, ремень с драгоценным камнем, ветку падуба. Кроме этого на щеках его румянец, от него веет силой, а фигура и рост значительны. Все эти детали создают целостный образ: перед нами предстает существо, напоминающее античную статую. Эти тематические элементы создают атмосферу торжественность момента, подчеркивают значительность ситуации.

Персонаж №3 – второй из трех призраков.

Метафизический план персонажа представлен лексико-семантической группой, которая также представляет собой иерархизированную структуру, состоящую из компонентов, связанных между собой гиперо-гипонимическими отношениями.

Архитемой тематической группы «привидение» снова является понятие “***spirit***” (привидение), которое в этом случае представлено лексемами ***ghost*** и ***creature***. Архитема реализуется пятью понятийными сферами: 1) ***body*** 2) ***head*** 3) ***clothes*** 4) ***action*** 5) ***size,*** реализованными следующим образом:

1) Сфера ***body*** представлена лексемами ***palm, breast, hand;***

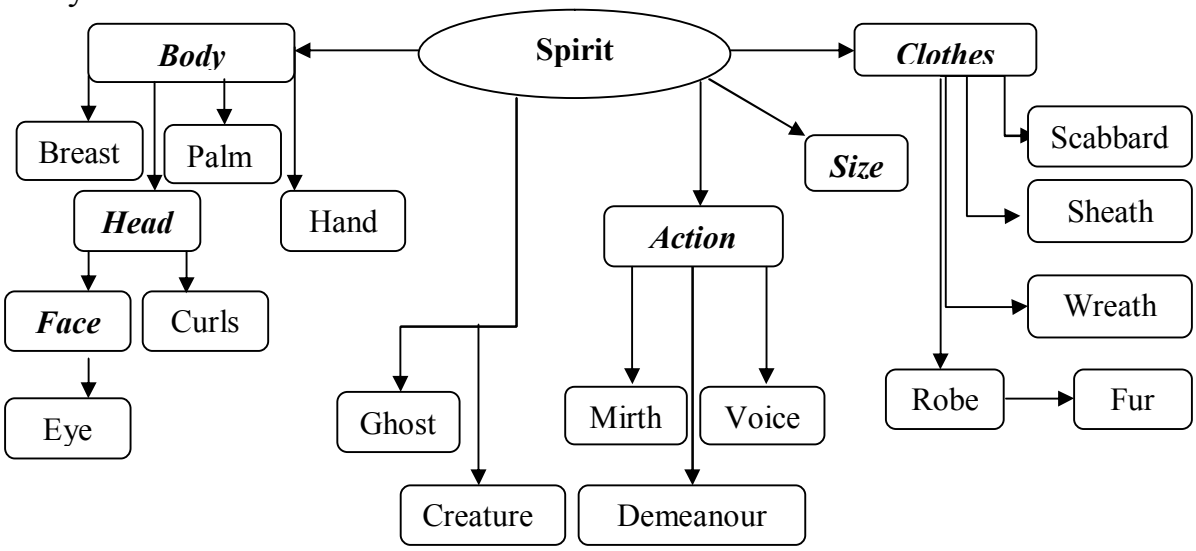
2) Сфера ***head*** представлена лексемами ***curles, face, eye;***

3) Сфера ***clothes*** представлена лексемами ***robe*** (с подтемой ***fur***), ***wreath, scabbard, sheath;***

4) Сфера ***action*** представлена лексемами ***mirth, voice, demeanour;***

5) Сфера ***size*** не представленная ни одной лексемой.

Получается схема:



Следует отметить, что при описании второго призрака, **виртуальный план** персонажа отсутствует. Посмотрев на данные, можно сделать вывод о том, что при описании и второго призрака автор также уделяет огромное внимание именно его внешности, одежде. Коннотативная семантика компонентов тематической группы также существенна: лексемы ***robe*** (с подтемой ***fur***), ***wreath***, ***scabbard***, ***sheath***: *ножны, венок, мех, одеяние*, создают образ более могущественного создания, чем первый из призраков. *Кудри, глаза, ладони, руки*, и даже *голос*, дополняют впечатление. Все вместе составляет один целостный и красочный образ.

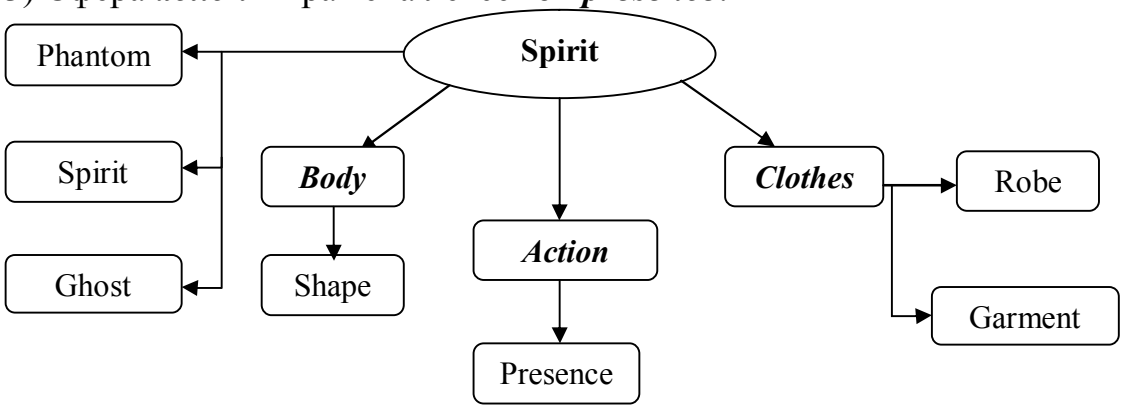
Персонаж №4 – последний из трех призраков.

Метафизический план персонажа представлен лексико-семантической группой, которая также представляет собой иерархизированную структуру, состоящую из компонентов, связанных между собой гиперо-гипонимическими отношениями.

Архитема тематической группы “***spirit***” (привидение), представлена лексемами ***phantom, spirit, ghost***. Она реализуется тремя понятийными

сферами: 1) ***body***, 2) ***clothes,*** 3) ***action,*** реализованными следующим образом:

1) Сфера ***body***, выражена лексемой ***shape***;
2) Сфера ***clothes***, представлена лексемами ***robe*** и ***garment***;
3) Сфера ***action*** выражена лексемой ***presence***.



В данном случае автор использует незначительное количество лексем для описания последнего из трех привидений. Но, несмотря на это, читатель может визуально представить и этот призрак. Как и первые два привидения, оно одето в т.н. «платье», кроме того, упоминается форма самого создания. Немаловажную роль играет наличие синонимов к слову «привидение», а именно "***phantom***", "***ghost***", "***spirit***". Эти эквиваленты придают описанию некоторое разнообразие.

Как видим, тематические группы концепта «привидение» в рассказе разнообразны как в структурном, так и в семантическом отношении. Это позволяет Ч. Диккенсу уже на уровне формирования номинации субъекта дать ему определенную характеристику как метафизически-виртутального существа. В частности, можно предположить, что Ч. Диккенс уделяет больше внимания физическим характеристикам для того, чтобы дать возможность читателю представить описываемый предмет, окунуться в атмосферу рассказа, вообразить каждую деталь.

Литература

1. *Виноградов В.В. Проблема авторства и теория стилей. – М., 1961*
2. *http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/PRILAGATELNOE.html*

Родина Н.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол .наук, доц.* ***М.Н.Николаева***

Средства реализации ассоциативной связности в повести Рэя Бредбери «Вино из одуванчиков»

В данном докладе будут освещены проблемы формальной и содержательной связности в тексте, их взаимодействие на примере ассоциативной связности текста.

Как известно, текст является одним из основных объектов лингвистического исследования. При этом многие лингвисты разделяют трактовку текста, предложенную И.Р. Гальпериным. Его определение текста гласит: *Текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку.*

Из этого определения мы видим, что текст – это связное, единое, завершенное произведение, направленное на реализацию определенной цели. Каждый текст обладает центробежной и центростремительной силой. Из-за большого количества событий, происходящих в тексте, из-за постоянного введения новых героев, из-за разработки разных сюжетных линий, текст делится на отдельные подтемы, на отдельные главы. Структура текста становится рыхлой, реализуется центробежная сила. В то же время, это деление служит для реализации одной единственной цели – для воплощения идеи автора, для создания одного главного образа. И в этом заключается центростремительная сила текста. Средства такой категории текста, как связность являются одними из главных средств, объединяющими всё разнообразие произведения в одно единое целое. Многие учёные, такие как В. Дресслер, К. Кожевникова, И.Р. Гальперин, различают формальную связность текста, называемую когезией, и внутреннюю спаянность текста, называемую когерентностью, или интегративностью (термин И.Р. Гальперин). Именно в рамках последней осуществляется развитие темы, которая и выступает основным средством создания связности текста как его неотъемлемой категории. В то время как интеграция (или когерентность) – это внутренняя, смысловая связность текста, когезия представляет собой внешние, формальные связи в тексте.

И.Р. Гальперин в своей монографии «Текст как объект лингвистического исследования» выделяет следующие типы когезии: *традиционно-грамматические, логические, ассоциативные, образные, композиционно-структурные и ритмико-образующие*. В нашем сообщении будет рассмотрен такой тип когезии, как **ассоциативный,** т.е. связь посредством ассоциаций. По мнению автора, ассоциативные формы когезии характерны главным образом для художественной литературы. Ассоциации в художественном произведении не возникают спонтанно. Они – результат художественно-творческого процесса, в котором отдаленные, не связанные логическими скрепами представления приобретают вполне понятные связи между описываемыми явлениями.

Хотя И.Р. Гальперин относит ассоциации к формальным признакам связности в тексте, мы не можем отнести этот тип только к чисто

формальному способу связности текста, так как ассоциации подразумевают разнообразные процессы. В той же самой монографии мы можем найти оговорку у автора. Он указывает, что «Интеграция может осуществляться средствами когезии, но может строиться и на ассоциативных и пресуппозиционных отношениях». Таким образом, автор выносит приём ассоциативной связи за рамки чисто формальной связности.

В словаре С.И. Ожегова ассоциация определяется как связь между отдельными представлениями, при которой одно из представлений вызывает другое. То есть, с одной стороны ассоциация является мыслительным процессом человека, она представляет собой связь каких-то образов, знакомых человеку. С другой стороны, нельзя не заметить, что в тексте ассоциативный ряд реализуется не только с помощью мыслительных процессов самого читателя, но и с помощью грамматических и логических связей.

Проследим, как ассоциативная когезия реализуется в художественном тексте на примере повести Рэя Брэдбери «Вино из одуванчиков».

Надо сказать, что данное произведение обладает рядом особенностей, которые помогают нам раскрыть содержательную сторону связи, и установить, как содержательная сторона произведения реализуется с помощью формальных типов связи. Повесть Рэя Бредбери отличается тем, что в этом произведении хорошо заметны центробежные процессы: основная тема произведения делится автором на различные подтемы, представляющие собой отдельные тематические сетки, создающие отдельные образы в повести; но при этом все подтемы объединяются автором в единое целое благодаря единству содержательной стороны, а также с помощью формальных средств, участвующих в раскрытия одного образа, в реализации одной основной темы произведения.

Всего в произведении можно выделить 7 главных подтем, такие как “The morning. The beginning of the summer”, “Sense of being alive”, “Rites and Ceremonies. Discovers and Revelations”, “Loneliness and Death”, “Illness of Douglass”, “Recover of Douglass”, “The night. The end of the summer”. Надо сказать, что данные темы довольно отдаленны друг от друга и часто не сопровождаются чисто грамматическими типами связности. Однако автор связывает эти отдельные тематические блоки в единое целое с помощью других, второстепенных подтем в количестве 23. Подтемы в сложной форме переплетаются между собой, подчас они не имеют прямой связности, представляя собой эпизоды из жизни маленького городка, однако, можно заметить, что автор широко пользуется ассоциациями для объединения главных и второстепенных тем, которые должны привести

нас к главной идее произведения, идеи становления ребёнка как личности, и описанию его внутреннего мира.

По мнению И.Р. Гальперина, в основе ассоциативной когезии лежат такие особенности структуры текста, как *ретроспекция, коннотация, субъективно-оценочная модальность.* Однако анализ текста повести Р. Бредбери. позволил нам выделить новые типы ассоциативной связи, характерные для данного произведения.

Одним из доминирующих приёмов связности в повести Р. Бредбери является такой тип ассоциации, как ***пресуппозиционно-пропозиционный***, понимая пресуппозицию как уже известную информацию и пропозицию, как получаемую из развития темы информации. Автор широко использует данный приём, вводя в произведение новый образ, нового героя, читателю сразу же дается намёк на развитие сюжета в данном отрывке произведения, а уже само раскрытие образа будет происходить в другом отрывке, связанным с другой тематической сеткой. На формальном уровне эти отношения проявляются в связи таких категорий текста как **ретроспекция** и **проспекция**. Как известно, ретроспекция – это категория текста, объединяющая формы языкового выражения, относящие читателя к предшествующей содержательно-фактуальной информации. В свою очередь, проспекция – это категория текста, объединяющая различные языковые формы отнесения содержательно-фактуальной информации к тому, о чём будет идти речь в последующих частях текста. Как мы видим, в анализируемой повести автору удается объединить эти две категории в одно целое.

Приведём примеры. Второстепенная тема **“Ravine”** предшествует главной теме **“Loneliness and Death”**. Автор даёт описание оврага, используя лексический повтор слова “the wildereness” 3 раза и употребляя метафору “Here he snuffed a *danger* that was old a billion years ago”, тем самым он заставляют нас задуматься о последующем развитии сюжета, используя такой приём, как проспекцию, то есть, намекая на развитие действий. В самой же теме “Loneliness and Death” языковая единица “ravine” употребляется 6 раз, отсылая нас к первоначальному описанию оврага, то есть реализуется приём ретроспекции. А сопровождающие её языковые такие единицы, как “dark”, “darkness”, “silence”, “death”, “loneliness” раскрывают перед нами новый образ, образ одиночества и смерти. В этой же главной теме упоминается ещё одно лицо – The Lonely One. “The Lonely One’s around again. Killing people. You never know when The Lonely One ‘ll turn up or where”. Введение в данную тему образа убийцы, обозначенного как The Lonely One, играет важную роль в раскрытии идеи темы одиночества и смерти. Однако полностью цель введения этого образа раскрывается намного позже, в подтеме **“Miss Lavinia and The Lonely One”**, где одним из главных лиц уже выступает ранее обозначенный мимоходом убийца, при этом отсылка на уже ранее

известную информацию обозначается в предложении “The Lonely One might follow us and kill us. I don’t like that ravine. Look at it, will you!” Таким образом, снова реализуются пресуппозиционно-пропозиционные отношения в тексте.

В тексте можно также обнаружить и чисто пресуппозиционные отношения. Владение информацией о героях и главных проблемах одной темы помогает нам правильно ориентироваться при раскрытии автором другой темы, содержащей уже ранее изученные компоненты. На формальном уровне ассоциация реализуется с помощью **ретроспекции**. Приведем пример такой реализации.

Надо сказать, что последовательность тем, объединенных в различные тематические сетки, приводит нас к кульминационному моменту произведения – болезни главного героя, Дугласа Сполдинга (**“Illness of Douglass”**). Отдельные второстепенные темы, такие как “The Machine of Happiness”, “The Green Machine”, “The Death of Colonel Freeleigh”, “The last ride of the Trolley”, “A leave of John Huff” впоследствии помогают раскрыть тему “The Illness of Douglas”. Данные ассоциации по типу «обратного кадра» раскрываются с помощью использования приёма «потока сознания», образы воссоздаются в мыслях мальчика, находящегося в бреду, и отсылают нас обратно к содержанию данных тем.

Конец повести также можно рассматривать как ретроспекцию. Само произведение имеет рамочную композицию – начало произведения представляет собой утро и начало лета – The morning. The beginning of the summer, а конец произведения – вечер и конец лета – The night. The end of the summer. Автор связывает начало и конец произведения не только с помощью противопоставления образов «утро» – «ночь», «начало лета» – «конец лета», но и с помощью средств формальной связности, а именно, глаголов-антонимов “began” и “put an end to” в фразах ‘Summer 1928 began” – “And, sleeping, put an end to Summer, 1928”. Эта оппозиция связывает начало и конец произведения. Прочитав последнюю фразу повести, мы мысленно возвращаемся к началу повести, возвещавшему о начале лета.

Ещё одним способом ассоциативной связности в тексте анализируемого произведения являются приращение новых значений у слов в рамках **стилистического контекста**. Как известно, функция стилистического контекста состоит не в том, чтобы снять многозначность а, напротив, в том, чтобы добавить новые значения, создать комбинаторные приращения смысла. Стилистический контекст позволяет одновременно реализовать два и более значений слова, создать ему добавочные коннотации, осуществить компрессию информации и тем самым обеспечить максимальную эффективность передачи. В данном произведении автор реализует ассоциативную связность образов, используя контекстуальное значение слова, при этом, первоначально слово

появляется в его прямом значении, а уже в последующем развитии темы автор оперирует новым значение того же самого слова, приобретенного им в предыдущем контексте.

Можно привести следующие примеры изменения значения слова в повести. В одной из главных тем **“Sense of being alive”** говорится об ощущении главным героем того, что он живой, при этом, для описания подобного открытия автор использует языковые единицы “something”, “whatever Big”, “Its “discovery”. Следующая тема **“Harvest of dandelions”** начинается фразой “And yet another *harvest*”. Слово “harvest” реализует здесь два значения – прямое значение, «собранный урожай» и, вызывая ассоциации с предыдущей темой, слово принимает контекстуальное значение – «положительный результат, открытие». В середине повести раскрывается ещё одна тема **“Bottles of dandelion wine”**, в которой также присутствует слово “harvest” в предложении “Second *harvest* of the summer. June’s on the shelf. Here’s July. Now, just August up ahead”. В данном примере слово “harvest” также получает контекстуальное значение: «урожай» – «собранные вместе события лета», «открытия», что опять же отсылает нас к первой, значительной теме, в которой мальчиком делается первое серьезное открытие этого лета.

Итак, мы видим, как неоднозначно и многосторонне могут действовать ассоциативные связи в тексте, создавая целостность и связность текста и его частей не только с содержательной, но и с формальной стороны. Ассоциативная связность может быть реализована различными языковыми способами. Описание этих способов может явиться материалом для новых лингвистических исследований текста.

Рыбников Д.

4 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *ст.преп.* ***Г.В. Утенков***

Лексико-семантические особенности карточной лексики на примере игры в покер

Покер как карточная игра существует более 500 лет. Зародился он в Европе. Правила покера тогда были несколько иными. С течением времени они менялись. Первые письменные упоминания о современном варианте покера появляются в 1829 году в мемуарах артиста Джо Кауэла, который путешествовал по Америке. Но, как бы ни менялись правила, цель всегда была одна – собрать лучшую комбинацию.

Но нам интересна ни столько сама игра, а сколько лексика, используемая в ней. Вокабуляр игроков в покер очень богат и разнообразен, он изобилует юмором, и людям «извне» его не понять.

Жарго́н – это социальный диалект; он отличается от общеразговорного языка специфической лексикой и фразеологией, экспрессивностью оборотов и особым использованием словообразовательных средств, но не обладает собственной фонетической и грамматической системой.

Лексика жаргона строится на базе литературного языка путём переосмысления, метафоризации, переоформления, звукового усечения и других приемов.

Жаргон в покере возник не из-за желания показаться круче, моднее или подчеркнуть свою принадлежность к другой касте. Первоочередной причиной является то, что покер долгое время был запрещен, и игра проходила в подпольных казино. Но вполне естественно, что люди разговаривали о покере не только за игровым столом, а так же в общественных местах и на улице. И таким образом они могли избежать понимания, а, следовательно, и ареста. Вторая причина связанна с процессом игры, а точнее ее длительностью. Игра может длиться несколько часов и понятно, что волей-неволей можно заскучать. Тогда в дело и вступает юмор. Покерный жаргон просто насквозь пропитан юмором, иронией и сарказмом.

Ну и последняя, сама очевидная причина возникновения этой специфической группы лексики это то, что жаргон возникает в каждой социальной группе, объединенной общей деятельностью и интересами.

Жаргон в покере в основном основывается на таких стилистических приемах, как метафора и метонимия.

Мы рассматривали покерную лексику с точки зрения семантики и структуры.

В ходе исследования покерной лексике с точки зрения семантики удалось выделить несколько семантических групп:

1. Названия игроков.

BubbleMan – человек который занимает место прямо перед призовым, тем самым не получая ничего.

Chameleon – Игрок меняющий свой стиль

Backer – человек, который платит за участие других игроков

Stakehorse – игрок, за которого заплатили вступительный взнос

2. Название карт и их комбинаций

Nuts – самая сильная рука в данной раздачи

Leak – Слабое место у игрока

Bullets – Пара Тузов (карманная)

Rockets – Пара Тузов (карманная)

King-Kong – Пара королей (карманная)

Ladies – Пара Дам (Карманные)

Double Date – Пара Дам (Карманные)

Snowmen – Пара Восьмерок (Карманная)

Route 66 – Пара Шестерок (Карманные)

Speed Limit – Пара Пятерок (Карманные)

Rainbow – Когда выпадают карты совершенно разных мастей, не позволяя тем самым никому собрать Flush

Suicide King – король червей (т.к. обычно изображен с кинжалом, пронзающим сердце)

One Eyed Jack – валет пик или червей (изображен с одним глазом)

3. Ситуации в Игре

Coin flip – когда шансы выиграть у игроком примерно 50 на 50.

Running Like a Kenyan – Множество удачно сыгранных рук подряд.

Bloodbath – очень ужасная раздача

Cool Million – иронически, что когда игрок в раздаче выигрывает миллион (или другую крупную сумму), она не бывает зрелищной.

Runner-Runner – когда игрока от поражения спасут только две нужные карты подряд и они приходят

Perfect Perfect – когда игрок получает runner-runner

4. Реалии, поговорки, крылатые фразы

Ammunition – фишки

Cards in the Air – начало первой сдачи в турнире. Например: Cards in the Air At Noon

Pass The Sugar – Ship It (но только это использовал Джо Хашем)

The Worst Day of the Year – выражение, когда игрок выбывает из главного турнира мировой серии

Также было выделено несколько групп по структуре лексических единиц:

1. Аббревиатуры

YHS – Your Hand Sucks

PPP – “Professional Poker Player.”

WSOP – World Series Of Poker

WPT – World Poker Tour

2. Простые слова (только одна основа): Flop; Turn; Wheel

3. Аффиксальные

А) Префиксальные: Re-buy; Re-Raise; Immortal; Reload

Б) Суффиксальные: Rockets; Kicker; Suited.

В) Префиксально-суффиксальные: Outkicked

4. Сложные (состоящие из двух основ и аффиксов)

А) Две основы: ShowDown; Gutshot; GodMode; Broadway

Б) Две основы и аффикс

Coffeehousing; Ten-eight-cious

5. Словосочетания

А) Номинативные словосочетания типа Прил + сущ

Royal Flush; Big Slick; Black Jack;

Б) сущ + сущ.

Speed Limit; Gap Hand; Idiot End; Poker Face
В) Номинативные словосочетания типа сущ + and + сущ
Brick and Mortar; Chip and a Chair
Г) Адъективные: Off suit; All in the Flop Buddy
Д) Адвербильные: Under the gun; In the hunt
6. Предложения
А) Восклицательное: I can dodge bullets, baby!
Б) Вопросительное: But How Much Did You Lose?
1. Сложное: Whoever Invented Chips Was a Genius
2. Императивное: Ship It; Pass the sugar.

Сироткина А.

3 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *докт. филол. наук, проф.* ***Т.С.Монина***

Выражение категории состояния в английских безличных предложениях

Категория безличности в языке основана на безактантности действия/состояния, представленного отвлеченно от его носителя. Безличные предложения разных языков сходны в семантическом плане, но различны в синтаксическом плане, где они могут быть как односоставными (в русском), так и двусоставными (в английском, французском).

Структура английского безличного предложения представляет собой сочетание семантически опустошенного формального подлежащего it, безличного глагола (get, become, grow, seem, rain, snow) или глагола-связки to be с прилагательными или причастиями. Одной из наиболее часто используемых моделей безличных предложений является модель it+to be+adj.

e.g. *It was all very careless and confused. It might be dangerous.*

Особенностью данной модели является то, что прилагательное выражает значение возникновения, становления или прекращения состояния. На фоне многочисленной системы связочных глаголов глагол to be воспринимается не только как служебный глагол – показатель временной отнесенности, но также и как связочный глагол – показатель значения непредельности выражаемого предикатом состояния.

Глагол to be, являющийся связочным глаголом, и превосходящий по частоте употребления все остальные связки, в основном передает информацию о пребывании субъекта в том или ином состоянии. Однако в определенном контексте глагол to be легко адаптирует свое значение к употреблению в значении перехода субъекта в то или иное состояние.

Прототипическим средством выражения семантики «состояние» являются собственно слова категории состояния. Категория состояния – это класс слов, которые обозначают независимый признак, состояние (душевное, физическое или эмоциональное состояние человека, окружающей среды и природы) и могут с помощью глагола-связки выражать значение времени. К категории состояния могут быть отнесены слова, которые в соответствии с морфемным составом имеют префикс *a-,* присоединяемый к основе глагола, прилагательного, или существительного.

e.g. *He did not answer and was to all appearance asleep.*

The morning of day and the morning of life are but too much alike.

Weeds grow like a house afire. Can't keep even with 'em.

Наряду с прототипическим (изоморфным) способом выражения состояния, в английском языке в безличных предложениях с этой целью употребляются другие, неизоморфные способы выражения этой семантики. В английском языке существуют две основных модели безличного предложения с неизоморфным способом выражения семантики состояния: адъективная и причастная. Адъективная модель является наиболее нейтральным способом выражения состояния в английском языке. Причастная модель особенно характерна для предикатов эмоционального состояния. Это, вероятно, объясняется тем, что причастия всегда содержат оттенок причинности.

В самом широком понимании категория состояния мыслится не только как состояние человека, животного, природы, но и как социальное состояние, состояние социальной установки (можно, надо, нельзя)

e.g. *It was stuffy in the room. It was lonely for a day or so until one morning some man, more recently arrived than I, stopped me on the road. It was necessary to whisper about in this world. If it is possible I will return to the Abruzzi. It was impossible to salute foreigners as an Italian, without embarrassment. It was impossible that there were Germans there. He will keep your passports, I regret this but it is necessary. It was dark outside and cold and misty. It was cold and the drops hung to the branches. It was quiet, hot and dirty.*

Прилагательные со значением состояния в английских безличных предложениях могут выражать как модальность, так и оценку (положительную и отрицательную). Например, модально-оценочные прилагательные и причастия, выражающие значение необходимости (necessary, indispensable, essential), невозможности (impossible, unreal, improbable, incredible), выражающие психо-физическую эмоциональную реакцию лица (evident, careless, clear, kind, strange).

e.g. *It was necessary to whisper about in this world. It is impossible for them to get out of anybody else's way. Probably it had been tactful to leave Daisy's house, but the act annoyed me, and her next remark made me rigid.*

Boots said it was evident that we were going to have a prolonged spell of grand weather. They said it was very kind of him, and fell behind, and followed. I mean it was careless of me to make such a wrong guess. It was strange to reach the marble steps and find no stir of bright dresses in and out the door. It was clear that something had happened.

Модель it+to be+adj. может осложняться различными способами:

✓ Косвенным дополнением, который указывает на конкретного субъекта состояния.

e.g. *Harris thought it was lucky* ***for him*** *the man had not mistaken him for a relation.*

✓ Обстоятельством меры и степени, часто выраженных соответственными наречиями.

e.g. *He told the others that it was simple* ***enough****. George said it was* ***so*** *pleasant to wake up in the boat in the fresh morning. It was* ***quite*** *pretty to hear them*.

✓ Детерминантным инфинитивом.

e.g. *But I will not lie any more than that, because it is sinful* ***to lie****. It was unhealthy* ***not to eat*** *vegetables. George said it was so pleasant* ***to wake up in the boat*** *in the fresh morning.*

✓ Придаточным предложением.

e.g. *It was hard to realize* ***that a man in my own generation was wealthy enough to do that***.

В данном случае при распространении ядра модели инфинитивом, последний поясняет, раскрывает содержание значения, выраженного прилагательным.

Вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что морфологический способ выражения семантики состояния в английском безличном предложении не только играет важную роль в формировании номинативного содержания предложения, но также является фактором, обусловливающим его структурную организацию.

Соболева С.

5 курс, факультет: иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук* ***Н.А. Егорова***

Реализация концепта «счастье» в романе Джейн Остин «Эмма»

Термин «концепт» появился в научной литературе лишь в середине XX века, хотя его употребление зафиксировано в 1928 году С.А. Аскольдовым. На данный момент существует множество разнообразных трактовок термина «концепт», что приводит к разногласиям среди исследователей.

В данной работе мы будем придерживаться определения, данного Д.С. Лихачевым. Он использовал понятие *концепт* для обозначения обобщенной мыслительной единицы, которая отражает и интерпретирует явления действительности в зависимости от образования, личного, профессионального и социального опыта носителя языка и, являясь своего рода обобщением различных значений слова в индивидуальных сознаниях носителей языка, позволяет общающимся преодолевать существующие между ними индивидуальные различия в понимании слов.

Концепт, по Д.С. Лихачеву, не возникает из значений слов, а является результатом столкновения усвоенного значения с личным жизненным опытом говорящего (Лихачев, 1993). В своей работе он пишет: "Рассматривая, как воспринимается слово, значение и концепт, мы не должны исключать человека, потенции концепта тем шире и богаче, чем шире и богаче культурный опыт человека, и чем меньше культурный опыт человека, тем беднее не только его язык, но и его «концептосфера».

Концепт представляет собой мыслительное образование, которое объективируется в языке и речи. Причем язык, как правило, закрепляет общие характеристики того или иного концепта, выраженного словом. В речи же проявляются наиболее интересные для лингвистического и культурологического исследования концепта свойства.

Концепт как единица концептосферы может иметь словесное выражение, а может и не иметь его. Несмотря на то, что в концепт может быть реализован в языке готовыми лексемами и сочетаниями, текстами и их совокупностями, чаще всего представительство концепта в языке приписывается слову. Оно получает статус имени концепта – языкового знака, передающего содержание концепта наиболее полно и адекватно. Однако слово как элемент лексико-семантической системы языка всегда реализуется в составе той или иной лексической парадигмы, что позволяет его интерпретировать как инвариант этой парадигмы, образованной лексико-семантическими вариантами (ЛСВ) этого слова. Лексико-семантическое поле представляет собой определенную группу слов (словосочетаний), объединенную одним родовым значением (ядро поля). ЛСП содержит в себе единицы, по своим значениям находящиеся на разном «расстоянии» от ядра поля (ближняя и дальняя периферия).

Итак, концептосфера – область мыслительных образов, единиц универсального предметного кода, представляющих собой структурированное знание людей, их информационную базу, а семантическое пространство языка – часть концептосферы, получившая выражение (вербализацию, объективацию) в системе языковых знаков – слов, сочетаний фраз, синтаксических структур – и образуемая значениями языковых единиц.

Материалом нашего исследования служит произведение Джейн Остен «Эмма». Это художественный текст, т.е. его отличает продуманность, особая организация, творческая основа.

Художественный текст есть отображение индивидуально-авторской картины мира, которая является вариантом художественной картины мира. Художественная картина мира включает в себя общую часть – языковую картину мира, а также интерпретирующую, в которой находит отражение индивидуально-авторское восприятие действительности, личные знания автора, его опыт.

Поскольку текстовый уровень значительно раздвигает рамки концепта, выявляются лексические, лексико-грамматические и лексико-синтаксические средства передачи концепта. Реализация концепта на текстовом уровне включает отдельное слово, свободное словосочетание, фразеологическую единицу, предложение и текстовый фрагмент.

В результате исследования нами были выявлены и классифицированы лексические единицы, связанные с обозначением счастья. Счастье – это, прежде всего состояние души, зависящее в значительной мере от жизненных установок и ожиданий человека.

На основе статистического метода и метода сплошной выборки мы выделили в романе 10 лексем-репрезентантов концепта счастья: happy (144); happiness – (76); fortunate – (44); fortune (46); satisfaction (30); pleasure (110); blessing (10); to bless (12); felicity (7); happily (15).

Слово **happiness** функционирует в контекстах, где речь идет об удовлетворенности жизнью в целом (76), при этом почти в половине случаев (31) автор указывает на причину или источник счастья.

If the children were rather pale before they went to bed, it was only because they were a little more tired than usual, from their journey and the *happiness* of coming.

To be happy означает ощущение удовольствия, радости по поводу чего-либо конкретного. (10)

Nobody cares for a letter; the thing is, *to be* always *happy* with pleasant companions.

В ситуации отсутствия в контексте указаний на конкретную причину-источник положительной эмоции ***happy*** передает значение «удовлетворения жизнью в целом» в «абсолютном употреблении» (50):

They were very *happy* in their different way.

Способность прилагательного ***happy*** определять имена неодушевленных предметов является чаще всего результатом языковой метафоры – переносом имени эмоции на причину ее возникновения (события, ситуацию), на способ ее манифестации и на обстоятельства (время и место), при которых субъект ее испытывал или испытывает (24):

It had been a very *happy fortnight*, and forlorn must be the sinking from it into the common course of Hartfield days.

Глагольная перифраза **to make happy** (осчастливить) заменила в современном языке вышедшие из употребления глаголы to felicitate и to beautify(10).

She *made him as happy* even as he is deserving.

Существительное "**fortune**" в значении «состояние, богатство» рассматривается автором романа как синоним «счастья», так как для самой героини, как и для всех героев данного произведения, наличие богатства это необходимое условие для достижения духовного, морального удовлетворения жизнью (22).

He had made his *fortune*, bought his house, and obtained his wife; and was beginning a new period of existence, with every probability of greater happiness than in any yet passed through.

Случаи употребления существительного "**fortune**" в значении счастье, удача, везение, судьба в тексте немногочисленны (10).

Прилагательное "**fortunate**" имеет значение *счастливый,* но в отличие от "happy" оно акцентирует субъективные характеристики счастья. Прилагательное образовано от существительного "fortune" в значении «некая высшая сила, управляющая судьбами людей, влияющая на течение жизни» и содержит в себе сему случайности. Это счастье, благо данное "свыше" и неподвластное человеку, например: She felt herself a most *fortunate woman*; and she had lived long enough to know how fortunate she might well be thought.

Старых Н.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***М.В. Евстифеева***

Особенности восприятия читателем имен собственных в литературном произведении

В настоящее время в лингвистике формируется новое направление в исследовании имен собственных в художественном тексте и в языке художественной литературы – литературная ономастика. Эта научная область рассматривает особенности употребления собственных имен (онимов) в тексте художественного произведения и за его пределами. Литературная ономастика возникла на стыке ономастики со стилистикой, поэтикой, лингвистикой текста, лексической семантикой, в связи с пониманием особого положения имен собственных в контексте художественного произведения. Для многих лингвистов становится очевидным, что изучение языка художественной литературы невозможно без исследования имен собственных, заключенных в том или ином тексте, поскольку имя собственное наделяется автором богатством и

разнообразием ассоциативных связей, которые раскрываются в контексте произведения.

Литературная ономастика как научное лингвистическое направление исследует, по мнению О.А. Леонович, «отражение элементов реальной и вымышленной ономастики, совокупность которых составляет ономастику художественного текста – на основе их индивидуального преломления и применения в творчестве каждого писателя и отдельного текста». Это преломление можно рассматривать как взаимосвязь категорий «общего» (языкового) – «отдельного» (речевого) – «особенного» (индивидуального) в семантико-стилистической системе языка писателя, элементом которой и являются имена собственные.

Художественное произведение – это особая сфера функционирования имен собственных. В художественном тексте слова соотнесены с реальной и изображаемой действительностью, с современным литературным языком и языком автора. Это способствует тому, что читатель заново воссоздает ассоциативные связи слова, что, в свою очередь, способствует переосмыслению его семантики, пониманию авторского замысла произведения: слова, как известно, обозначают одновременно объективную действительность и художественный мир, созданный писателем.

Имена собственные являются ценнейшим компонентом в системе средств художественной выразительности авторского текста. Слова, фразы и их сочетания в художественном произведении, образуя подобие сообщения, обладают при этом определенной полифункциональностью. Изображая вымышленные события и миры по сходству с реальными, они выстраивают как взаимосвязи внутри придуманного мира, так и аналогии с миром действительным. А поскольку процессы в реальности многомерны и многовалентны, то само человеческое сознание достраивает и развивает эти отношения.

Такая особенность мышления позволяет читателю, например, истолковывать поведение персонажа, исходя из собственного опыта и существующих теорий, так же, как и поведение реального индивидуума.

В то же время человеку свойственно проецировать свои представления, ощущения, переживания как на объекты, окружающие его в действительности, так и на художественные образы. Благодаря этому, герои, эпизоды, детали текста могут по ассоциации связываться с целым кругом понятий, а также наполняться символическим, мифологическим, идеологическим или психологическим смыслом.

Итак, с одной стороны читатель интерпретирует художественное произведение на основе собственного опыта, а с другой стороны контекст произведения может повлиять на мировосприятие человека.

В художественном произведении имена собственные наполняются содержанием, которое включает все знания коммуникантов о называемом

объекте, различающиеся полнотой качественной и количественной информации, но обязательно включающие субъективное отношение к референту. К примеру, в художественной литературе сложился специальный прием использования «характеристических» имен. Например, чтобы красочно охарактеризовать красивого, хорошо сложенного молодого человека писатель назовет его *Apollo.*

В художественном произведении имена персонажей составляют систему. На первый взгляд, в романе Майна Рида “The Headless Horseman” антропонимы могут показаться самыми обычными, почти случайными. Однако фактически каждое имя характеризует своего носителя. Например, положительных героев – симпатичных ему самому и, конечно, читателю – Майн Рид называет «мягкими именами», которые произносятся на одном дыхании, например, *Maurice* и *Louise*. Антигероя писатель называет именем, режущим слух, сочетание букв в его имени напоминает шипение змеи из-за использования шипящих звуков – *Kolhaun*.

Ученые неоднократно подчеркивали, что при исследовании какого-либо текста нужно подходить к нему с различных сторон, учитывая различные аспекты лингвистического анализа. Так, анализ только литературной ономастики без учета специфики художественного текста будет, по мнению Т.В. Немировской, «несколько однобоким и малоэффективным, несмотря на выигрышность и заманчивость таких исследований». Чтобы исследование носило цельный характер, необходим также и лингвистический анализ (как общая характеристика) всего литературного произведения.

Представление об ономастической системе будет также неполным без исследования всех его уровней, в том числе и хрематонимов – заглавий, их функций в организации ономастического пространства, а также имен исторических лиц, писателей, художников и так далее, названий – хрематонимов произведений искусства, имен литературных персонажей, используемых писателем в тексте литературного произведения. В ряде случаев такие онимы, по мнению некоторых исследователей, могут выступать как прецедентные.

«Организующая роль ономастического пространства в структуре художественного текста обусловливается системностью этого пространства: группировкой имен собственных по лексическим разрядам в зависимости от семантической функции, их словообразовательными особенностями, стилистической принадлежностью, отношением к категории узуальности, степенью экспрессивности», – отмечает В.Н. Михайлов. Все это отражается в художественном произведении и играет конструктивную роль в передаче человеческих отношений, оттенков интимности, официальности, возрастных оценок и иных модальных характеристик.

Шишкина В.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *докт. филол. наук, проф.* ***Т.С. Монина***

Семантическое поле в художественном тексте

Художественное произведение составляет многоэлементную систему. В ее иерархии наблюдается многоступенчатость. Каждый лингвистический элемент литературного произведения является включением в эстетичную систему целого, потому как, микро- так и макроединицы текста несут на себе отпечаток целого художественного мира автора, который отображается в лингвоэстетические категории образа автора.

Рассматривая художественный текст с позиций стилистики декодирования, мы должны учесть как его собственный системный характер, так и его детерминированность свойствами используемой языковой и, в частности, лексико-семантической, системы. Глубокое восприятие текста читателем предполагает, что восприятие будет целостным, а для этого читатель должен уметь учитывать комбинаторику единиц разных уровней в создания системы. Текст представляет собой единство двух множеств – множества его элементов и множества связей и отношений между ними. Что же касается отношений, то, помимо обычно учитываемых парадигматических и синтагматических отношений, мы примем во внимание отношения интегративности и межуровневые связи.

Рассмотрим и сравним подобные отношения в языке и тексте, сравнивая объединения лексики в языке в лексико-семантические поля и объединения элементов текста в тематические сетки.

Системные связи между словами привлекают большое внимание лингвистов, о полях существует большая литература, высказано множество точек зрения. Поле в лексике и семантике – объект достаточно изученный, что его можно понимать как множество слов, покрывающих определенную область человеческого опыта, и следовательно, связанных по значению. Множество это создается указанием общего свойства его компонентов. Это общее свойство устанавливается с помощью **компонентного анализа**. Отдельное словозначение или лексико-семантический вариант (ЛСВ) может в семантическом аспекте тоже рассматриваться как множество – множество семантических компонентов (или сем) и отношений между ними. Компонентный анализ позволяет установить интегрирующий компонент, по которому слова объединяются в поле. Признаки, по которым объединенные в поле слова различаются между собой, называются дифференцирующими. Так, например, интегрирующим признаком поля, в которое входит слово *red*, является

компонент *“colour”*. Внутри поля *“colour”* можно выделить микрополя оттенков цвета (*delicate, pale, deep*).

Поскольку синтагматическими принято называть отношения, возникающие в контексте, а слова поля берутся вне контекста, можно было бы подумать, что для полей в языке синтагматические отношения не релевантны. Однако в силу присущей лексике полисемии в поля объединяются не слова, а, как уже сказано выше, лексико-семантические варианты. Но лексико-семантические варианты одного слова различаются сочетаемостью, и таким образом, синтагматические отношения тоже должны учитываться при рассмотрении поля.

По мнению В.М. Жирмунского, каждое знаменательное слово является для художника поэтической темой и средством художественного воздействия. Соглашаясь с этим мнением, надо иметь в виду, что разбиение текста на темы не совпадает с разбиением его на слова, как в случае разбиения лексической системы на поля. Динамика темы определяется связями слов внутри текста. Все слова текста тем или иным образом связаны друг с другом или противопоставлены друг другу. Отдельное слово понимается в зависимости от его места в тексте. Его тематическая значимость зависит от интенсивности его связей с другими словами. Связи могут быть самыми разнообразными. По денотативному значению: гипо-гиперонимические, синонимические, антонимические, эквонимические, аллонимические; по коннотативному значению: эмоциональными, оценочными, функционально-стилистическими и образно-экспрессивными. В поэтическом тексте связи в образных комплексах имеют особенно большое значение. Выбор и комбинаторика слов неразрывно связывается с комбинаторикой тем, т.е. предмета изображения и отношения к нему. Сочетаясь, поэтические темы образуют тематическую сетку произведения, художественно отображающую действительность, т.е. связаны с референтом; конечно, в любом тексте немало слов с сигнификативным значением, но в той мере, в какой конкретность и образность являются непременными свойствами художественного текста, в нем присутствуют все типы значений: денотативные и коннотативные, сигнификативные и номинативные, узуальные и окказиональные, прямые и обратные.

Повторяющиеся слова и значения или семы, т.е. компоненты значений, несут главную художественную информацию, поддерживаются разными типами выдвижения, являются ключевыми и образуют тематическую сетку.

Сопоставление лексико-семантического поля и тематической сетки текста показывает, что у них много как общего, так и различного, причем сопоставление их помогает не только более отчетливо представить себе то и другое, но и помогает внести нечто новое в задачи сегментации текста. Как лексические поля, так и тематическая сетка устанавливается на

основании наблюдений над текстами, но в первом случае объектом исследования является лексическая группировка, а текст оказывается средством ее познания. Поля при этом получаются при обследовании большого количества текстов, но сами тексты и их содержание исследователя не интересуют. Задача принадлежит семасиологии. При анализе тематической сетки, напротив, объектом познания является художественный текст, а тематическая сетка служит средством его декодирования и толкования. Задача принадлежит стилистике. В общем плане развития познания происходит некоторая челночная операция: для выявления тематической сетки используются представления о лексической системе и имеющихся в ней полях, а лексическая система устанавливается, и знания о ней уточняются с помощью наблюдений над текстами.

Отношениями, конституирующими тематическую сетку художественного текста, являются, прежде всего, отношения иерархии. Необходимо установить, какие смыслы, а, следовательно, какие слова текста информационно особенно важны. Установление подобной иерархии, разумеется, невозможно без установления парадигматических, синтагматических и межуровневых отношений внутри текста. Под межуровневыми отношениями подразумевается поддержка значимости тех или иных идей, образов или эмоций на графическом, звуковом, морфологическом и синтаксическом уровнях, а также средствами стилистических фигур и контекстуального выдвижения.

Будем исходить из следующих положений:

1. Перечисленные выше отношения иерархии, парадигматики, синтагматики и межуровневые служат средствами связи, структурируют текст и превращает его в систему взаимосвязанных и расположенных в определенном порядке элементов.

2. Наиболее важные для смысла целого элементы, семы или упоминания о референтах подчеркиваются либо повтором и различными стилистическими средствами, либо композиционно. Средствами подчеркивания могут также служить разного рода элементы низкой предсказуемости, например, редкие слова или полуотмеченные структуры.

Шкуратов С.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *докт. филол. наук, проф.* ***Т.С. Монина***

Характер поэтической метафоры в лирике Р. Фроста и Дж. Китса

Троп – есть употребление слова в переносном значении для характеристики какого-либо явления при помощи вторичных смысловых оттенков, присущих этому слову и непосредственно связанных с его

основным значением. Соотнесение прямого и переносного значения слов основывается на сходстве сопоставляемых явлений, или на контрасте, или на смежности их, – отсюда возникают различные виды тропов, которые детально классифицировались в риториках и теориях словесности. Многие учёные считают метафору самым главным тропом, крайне характерным для поэтического языка.

Метафора – троп или фигура речи, состоящая в употреблении слова, обозначающего некоторый класс объектов (предметов, лиц, явлений, действий или признаков), для обозначения другого, сходного с данным, класса объектов или единичного объекта. В создании метафоры участвуют четыре компонента: две категории объектов и свойства каждой из них. Метафора отбирает признаки одного класса объектов, вспомогательного субъекта метафоры, и прилагает их к другому классу/индивиду – актуальному субъекту метафоры. [Арутюнова Н.Д., 1990]

Сущность метафоры определяется как категориальный сдвиг. Метафора отвергает принадлежность объекта к тому классу, в который он входит, и включает его в категорию, к которой он не может быть отнесен на рациональном основании. Расширение денотативной области метафоры с индивида на категорию сужает и фиксирует значение метафоры, которая становится фактом языка.

Метафору так же можно охарактеризовать как сравнение, из которого исключены предикаты подобия (похож, напоминает и др.) и компаративные союзы (как, как будто, как бы, словно, точно, ровно и др.). Вместе с ними устраняются основания сравнения, его мотивировка, обстоятельства времени и места, а также другие модификаторы. [Арнольд И.В., 1981]

Классическая метафора – это вторжение воображения в зону интеллекта, индивидуальности в страну классов. Чем дальше отстоят друг от друга противопоставляемые разряды объектов, тем ярче становится метафора. Для метафоры, таким образом, характерно установление далеких связей. И эти связи случайны в том смысле, что они обусловлены индивидуальным опытом и субъективным сознанием автора, и естественное для себя место она находит в поэтической (в широком смысле) речи, в которой она апеллирует к воображению и через него к пониманию жизни и сути вещей. Метафору роднят с поэтическим дискурсом следующие черты: актуализация далеких и неочевидных связей, нераздельность образа и смысла, диффузность значения, допущение разных интерпретаций, устранение мотивировок и разъяснений.

В соответствии с описанными выше процессами Н.Д. Арутюнова следующие основные типы языковой метафоры:

1) образная (характеризующая) метафора, часто являющаяся следствием перехода идентифицирующего (многопризнакового, описательного) значения в предикатное (характеризующее). В поэтической

речи, однако, метафора может вводиться прямо в именную позицию; (*pillared dark – forest, bearskin rug of snow – layer (of snow), a luminary clock – moon mute folk/ tireless folk – stones warm south – wine, impassion'd clay – human)*

2) номинативная метафора (перенос названия), состоящая в замене одного описательного значения другим и служащая источником омонимии; (*isle of trees*)

3) когнитивная метафора, возникающая в результате сдвига в сочетаемости предикатных (признаковых) слов (прилагательных и глаголов) и создающая полисемию; (*music went*)

4) генерализирующая метафора (как конечный результат когнитивной метафоры), стирающая в значении слова границы между логическими порядками и создающая предикаты наиболее общего значения.

Так как характеризующий тип метафор обладает наибольшим потенциалом, необходимо подробно проиллюстрировать, каким образом осуществляется семантический сдвиг:

"Was't to this end I louted and became

The** menial of Mars**, and held a spear" (*J. Keats* "Otho The Great")

Актуальным субъектом метафоры *menial of Mars* является *soldier*. Основанием формирования метафоры выступают несколько сем исходного словосочетания. У существительного *menial* лексико-семантический вариант актуализирует семы *person* и *service*, в то время как лексико-семантический вариант имени собственного *Mars* актуализирует семы *war, military*. Формируется метафорическое понятие, включающее в себя семы *war, military, person* и *service* за счёт актуализации которых устанавливается связь между актуальным (*soldier*) и вспомогательным (*Menial of Mars*) субъектами метафоры. Так как вспомогательным субъектом является подчинительное словосочетание *menial of Mars*, компоненты которого связаны партитивными отношениями, то словосочетание подобного рода по структуре относят к генитивному подтипу характеризующего типа метафор. Метафоризация производится на основе выражения абстрактных характеристик вспомогательного субъекта.

*"And I judge from that **elysian freight***

And dory and master will sail by fate" (*R. Frost* "The Flower Boat")

В данном случае актуальный субъект *flowers* выражен вспомогательным субъектом – *elysian freight*. Основанием формирования метафоры выступают некоторые семы словосочетания *elysian freight* и существительного *flowers*. Прилагательное *elysian* актуализирует сему *excellence*, в то время как у лексико-семантического варианта существительного *freight* актуализирована сема *goods/objects*. Таким образом, формируется метафорическое понятие, содержащее семы

excellent, goods/objects и сему *the best/finest* актуального субъекта (used from 13c. in sense of “finest part or product of anything”. Online Etymology Dictionary). Метафора *elysian freight* находится в позиции обстоятельства и структурно относится к типу образных (характеризующих) метафор.

Характеризующая метафора является основным конструктивным приемом, ключевой особенностью, доминантой среди тропов этого вида в рамках поэтического дискурса. Причиной этого, безусловно, является большой потенциал этого типа метафор к образованию эстетически насыщенного поэтического образа.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Метафоры и дискурс: сборник. / Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1995.

2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – Л.: Просвещение, 1981.

Филиппова А.

4 курс, институт языков и культуры народов Северо-Востока РФ, Северо-Восточный федеральный университет им.М.К.Аммосова,
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***А.А. Васильева***

К вопросу о точности передачи формы и содержания поэтического произведения при переводе
(на примере перевода стихов-песен народного поэта Якутии В.М. Новикова-Кюннюк Урастырова на русский язык)

Цель данной работы: анализ переводов на русский язык стихов-песен В.М. Новикова-Кюннюк Урастырова.

Актуальность: якутские стихи, ставшие песнями, представляют особую трудность для перевода на русский язык, так как они имеют особенную ритмику, аллитерацию и рифму, которые необходимо сочетать также и с придуманной для них мелодией.

В.М. Новиков в своем стихотворении «Сон» пишет о сне девушки, которая ехала верхом на коне. Наутро девушка рассказала о сне своей матери. А она растолковала этот сон так: «Во сне верхом скакать – значит время, замуж выходить». Это стихотворение на русский язык перевела В. Павлинова. Структуру стихотворения в целом можно назвать не очень сложной: оно состоит из 6 строф с одинаковым количеством строк. Слоги в строках 9-9-9-9, рифмованные. Очень хороший стих, поэтому легко поется.

В переводе В. Павлиновой использованы приемы:

Адекватная замена: «*значит, время замуж выходить»* и еще 3 примера.

Добавление информации: «*странный», «одна»* и еще 4 примера.

В стихотворении «Долгунча» автор воспевает якутскую девушку – охотницу. Он воспевает ее смелость, силу, волю. Структура стиха простая, состоит из 6 строф, 6 строк, слоги 8-7-8-7, рифмованные.

В переводе К. Арсеневой использованы приемы:

Адекватная замена: «*мчится летучей звездой», «гонится вьюга за нею ворча», «едет вдоль речек в тумане».*

Добавление информации: «*девушка утром таежным», «сковано льдами журчанье ключа», «в северной мгле не увидишь луча», «улыбается».*

Опущение: «Абый, Муома быыстарыгар» – в этих словах дается указание на то, что девушка Долгунча живет и работает на севере Якутии, охотится в горах Абыйя и Момы; «дьолун булбут колхоһугар» – колхоз, где она нашла свое счастье; этот советизм в переводе опущен.

Исходя из анализа двух стихов-песен, можно сказать следующее:

Содержание переводного текста трудно считать адекватным оригиналу. Потому что слишком много добавления отсутствующей в оригинале информации, в переводе стихов-песен нет северо-якутского колорита, особенно ярко выраженного в стихотворении «Долгунча».

Изменилась форма стихотворения: в стихе «Сон»: строфы из 4 строк увеличились до 5-6 строк. А в стихе «Долгунча» слоги 8-7-8-7 изменились до 8-9-10-11 слогов. Поэтому их невозможно спеть на сложившийся мотив.

По моему мнению, качество перевода стихов-песен среднее, так как отсутствует ритмика, рифма, аллитерация оригинала. В стихах местами информация искажена.

Литература

1. *Любимые перелески: стихи и поэмы. – Якутск: Кн. изд-во, 1971.- 144с.*
2. *Аламай күнүм мэлдьитин. Якутскай: Кинигэ изд., 1982.- 144с.*

Ядреева С.

4 курс, институт языков и культуры народов Северо-Востока РФ,
Северо-Восточный федеральный университет им.М.К.Аммосова,
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***А.А. Васильева***

Якутско-русские соответствия парных слов
на материале русского перевода повести «Обида» народного писателя Якутии М.Е.Мординова – Амма Аччыгыйа

Цель данной работы: выявить и исследовать способы перевода парных слов в повести Амма Аччыгыйа «Ата□астабыл» [Мординов 1986] «Обида» в переводе В. Авдеевой [Мординов 1976].

К парным словам мы относим два слова, обозначающие одно понятие и выраженные одной частью речи. Их особенно много в языке народной поэзии. Весьма употребительны они также в художественной литературе и в разговорной речи. Такие слова дают тексту эмоциональную

окраску, поэтому важны как средство художественной речи. В якутском языке есть разные приемы словообразования, обладающие выразительными свойствами, а среди них самым древним и в то же время наиболее распространенным в современном языке, является способ объединения слов в пары. В якутском языке парные слова могут быть представлены любой частью речи. Это могут быть синонимы или антонимы. Объединяясь в пару, простые слова дают более широкое понятие, уточняя и обогащая смысл. Обычно якутские парные слова подчиняются закону гармонии гласных, поэтому звучат красиво и предложение в целом становится необычайно выразительным [Саха тыла 2006]

Всего парных слов в исследуемом тексте оригинала обнаружено 63: парные имена существительные – 26, парные прилагательные – 12, парные местоимения – 3, парные наречия – 9, парные глаголы – 4, парные деепричастия – 9, парные звукоподражательные – 1, всего – 64.

В ходе анализа я выяснила, что в тексте оригинала в основном использовались *парные имена существительные*, а наиболее редко – *парные звукоподражательные слова,* на втором месте по частоте использования стоят *парные прилагательные.*

Парные имена существительные. К парным словам мы относим два слова, обозначающие одно понятие и выраженные одной частью речи. Например, *дьыллар-хонуктар* — годы (на русский язык переведено одним именем существительным); *сиэлэ-кутуруга* — грива и хвост (разделено с использованием союза «и»); в некоторых случаях есть перевод по смыслу текста: *ийэтэ-а5ата өлбүттэрэ ыраатта* – вырос сиротой. При переводе повести Мординова мы обнаружили следующие способы передачи парных имен существительных: замена парного слова одним существительным – 7; с союзом “и/или” – 4; перевод по смыслу – 9; опущение – 5; опущение всего предложения – 1.

Парные прилагательные. Парные прилагательные служат для выражения признака в более широком или усиленном значении. Якутские парные прилагательные В. Авдеева на русский перевела также прилагательными. Например: усиление значения *ып-ыраас, сап-сањархай* – чистыми и желтоватыми (двумя прилагательными, объединенными союзом “и”); выражение признака: *сырдык-хара былдьањыгар* – сидевший в полутьме... (в этом примере прилагательное заменено именем существительным). Итак, при переводе парных прилагательных были отмечены следующие приемы: замена части речи одним прилагательным – 4; с союзом “и” – 3; опущение – 2; перевод по смыслу – 2; изменение смысла – 2.

Парные местоимения. Местоимением называется имя, дающее обобщенное обозначение представления или мысли, конкретное значение которого понимается из контекста предыдущего высказывания или из

обстановки речи. При переводе парных местоимений был применен прием перевода по смыслу, например: *ол-бу диэки* — по сторонам.

Парные наречия. При переводе парных наречий в основном использован смысловой способ перевода, например: *ки□ир-ха□ыр са□арсар* – перебрасываться колкими замечаниями (глагол + им. прил + им. сущ.). Кроме того, при переводе парных наречий были отмечены следующие приемы: подбор эквивалента – 3; перевод по смыслу – 4; также мы заметили, что значение некоторых парных наречий может быть передано приставкой русского языка: например, *эргим-ургум тутта – повертела* и *ар□ам-тар□ам сүүрэн даллаахтастылар – быстро разлетелись, махая крыльями*.

Парные глаголы. При переводе парных глаголов, как и в предыдущем, использован смысловой перевод и синтаксическая трансформация: *өлөр-тиллэр икки ардынан* – она металась в бреду, чуть не умерла. Итак, при переводе парных глаголов использовала перевод по смыслу – 4.

Парные деепричастия. При переводе парных деепричастий, как и в предыдущем, использовала синтаксическую трансформацию: *үүнэн-төлөһүйэн* – рос крепким. Итак, при переводе парных деепричастий были отмечены следующие приемы: глаголом – 3; перевод по смыслу – 3; опущение – 2; изъятие всего предложения – 1.

Парные числительные. При переводе часто подбираются имена числительные – эквиваленты: *уон алталаах-сэттэлээх* — лет семнадцати (одним именем числительным); *үс-түөрт* – три-четыре. Итак, при переводе парных числительных были отмечены следующие приемы: одним числительным – 1; подбор эквивалента – 2; перевод по смыслу – 2.

В результате проведенного анализа приходим к выводу, что при якутско-русском переводе парных слов используются следующие приемы перевода: подбор эквивалентов (парные числительные), смысловой перевод (парные существительные, парные местоимения), синтаксическая трансформация (парные глаголы и парные деепричастия).

Литература

1. Мординов Н.Е. – Амма Аччыгыйа Сэһэннэр, кэпсээннэр, ахтыылар. – Якутскай: кинигэ изд–вота. 1986. – 528с.

2. Н.Е.Мординов Друзья – товарищи (Повести. Авторизованный перевод с якутского). Якутск, Кн. Изд – во,1976.–488с

3. Грамматика современного Якутского литературного языка (фонетика и морфология). – Москва: изд. «Наука». 1982. – 496с.

4. Саха тыла: уус-уран истиил: Сборник научных трудов / Под ред. к.ф.н. Л.Е. Манчуриной. Якутск: Изд-во Якутского ун-та, 2006. – 88с.

Секция «Функциональные стили, перевод и язык СМИ»

Агафонова Д.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***М.Н. Николаева***

Вариативность структуры статьи-рецензии в английской публицистике

Вопрос об особенностях структурных компонентов публицистической статьи очень мало освещен в теоретических работах по стилистике текста. Работы таких ученых как И.Р. Гальперин, И.В. Арнольд, А.И. Смирницкий дают полное описание публицистического стиля английского языка, рассматривают его стилистические, синтаксические особенности. Выделяются также отдельные главы, посвященные особенностям функционирования заголовка статьи, как одного из важнейших ее составляющих (например, в работах «Очерки по стилистике английского языка» И.Р. Гальперина или в «Стилистике современного английского языка» И.В. Арнольд). Однако работ, посвященных непосредственно структурному анализу статьи, вариативности основных составляющих ее частей на сегодняшний день нет. Одной из причин может служить то, что сам публицистический стиль английского языка сложился лишь недавно, более того, он признается не всеми лингвистами, некоторые относят его к газетному стилю. В своей работе И.Р. Гальперин пишет: «Рассматривая особенности языка английской газеты XIX и XX веков, необходимо еще раз напомнить о том, что в английской газете мы имеем два различных стиля: стиль газетных сообщений, заголовков и объявлений, которые и составляют существо газетного стиля, и стиль газетных статей, составляющий разновидность публицистического стиля.[1]» Сегодня лингвистов все больше привлекают исследования в области стилистики публицистического стиля, его выразительные средства и особенности синтаксиса.

Интересно отметить, что на англоязычных сайтах Интернета существует множество статей или «рекомендаций» для написания правильной статьи с точки зрения именно ее структуры. Возможно, это связано с популярностью такой профессии как фрилансер (англ. *freelancer – свободный копьеносец, наёмник*; в переносном значении – *вольный художник*) – человек, выполняющий работу без заключения долговременного договора с работодателем, нанимаемый только для выполнения определённого перечня работ. В данном случае это

[1] Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка, М. 1958. – С.391.

свободный, внештатный журналист, пишущий для издания и получающий за свои статьи определенный гонорар. В нашей стране такая профессия тоже существует, однако система фриланса еще не так развита, как на Западе. В данных пособиях четко разграничиваются основные структурные компоненты статьи:

1. Убедительный заголовок (a compelling headline)
2. Основной абзац или подзаголовок с кратким изложением основных идей статьи (a lead paragraph)
3. Непосредственно текст статьи (an article body)
4. Дополнительная или фоновая информация (additional or background information)

Для успешного написания текста статьи предлагается ответить в нем на вопросы, почему читателю следует прочесть статью (Why?) и о ком или о чем пойдет речь в статье (Who or what is in question?).

Анализ структуры публицистических статей жанра рецензии показал, что традиционными составными частями статьи являются заголовок, подзаголовок, текст статьи, имя автора и дата выхода статьи. Последние две составные части могут находиться как в начале (сразу после заголовка и подзаголовка), так и в конце текста статьи. Однако в различных изданиях могут менять местами структурные компоненты статьи, добавлять что-то новое или же опускать какие-либо части в силу различных обстоятельств. В данной работе мы рассмотрим особенности некоторых англоязычных изданий и постараемся выявить их отличительные особенности в плане построения рецензионной статьи.

Наиболее традиционным кажется подход к построению статьи в английской газете The Guardian. Сначала идет заголовок, набранный крупным шрифтом, что сразу привлекает внимание читателя. Заголовок почти всегда состоит из названия произведения, на которое пишется рецензия, имени автора (чаще в рецензии на художественную литературу), места проведения мероприятия (в рецензиях на музыкальные концерты и театральные постановки).

Следующей структурной составляющей статьи в газете The Guardian является подзаголовок. Он пишется более мелким шрифтом, чем текст заголовка, но содержит в себе практическую информацию о произведении. Так, например, в подзаголовках рецензий на концерты и театральные постановки указывается место проведения данного мероприятия: Bridgewater Hall, Manchester (The Guardian, 17 January 2010).

Однако в большинстве подзаголовков рецензионных статей можно отметить следующую особенность: в самом тексте статьи мы чаще всего не встречаем ни имени обозревателя, ни личных местоимений, которые могли бы его заменить. Хорошо развитые в английском языке безличные конструкции позволяют избежать автору статьи упоминания своего имени и помогают акцентировать внимание читателя на авторе рецензируемого

произведения и выражении оценки произведения. Тем не менее, в подзаголовке мы часто встречаем имя журналиста в 3-м лице единственного числа. Такой подзаголовок может выражать эмоции автора статьи, его отношение к произведению, однако пишется он не самим журналистом, а редакцией газеты. Например:

David Wheatley is charmed by a lyrical collection (где David Wheatley – имя журналиста) (The Guardian, 16 January 2010).

Далее в данной газете идет имя автора статьи с его фотографией и дата написания статьи. Эти данные выделены цветными полосами, что, несомненно, притягивает внимание читателей. Имя автора, помещенное до текста статьи, подкрепленное его фотографией, говорит нам о том, что это – важная информация. Автор – серьезный журналист, готовый нести ответственность за содержание своей статьи.

И заключительным элементом структуры статьи является сам текст рецензии. К тексту читатель приходит уже подготовленным, заинтересованным, способным оценить мастерство обозревателя.

Следующим рассматриваемым изданием является еженедельный англоязычный журнал The Economist. Структура рецензионной статьи здесь немного отличается от ранее рассмотренного издания.

Первой структурной составляющей является не сам заголовок статьи, а обозначение жанра произведения, на которое написана рецензия, и его название. Например:

New film: “District 9” (The Economist, 20 August 2009).

Сам заголовок не содержит в себе названия фильма, но содержит эмоционально окрашенную лексику, которая нацелена на привлечение внимания читателя:

Prawns and other illegal aliens (The Economist, 20 August 2009).

Следующей структурной составляющей является подзаголовок. Стоит отметить, что подзаголовки к рецензионным статьям журнала The Economist не только выполняют информативную функцию, отображая основные моменты самой статьи. Эти подзаголовки направлены на пробуждение большего интереса читателя к освещаемому произведению. Этот эффект может достигаться разными способами. Например:

упоминанием в подзаголовке имени известного актера, который снимался в фильме: George Clooney gets his wings clipped in a corporate romance (The Economist, 7 January 2010);

выражением совета читателям к просмотру данного фильма: But better if you don’t see this as a film about the Holocaust (The Economist, 27 August 2009);

или же выражением эмоциональной оценки самого фильма: Unlike recent sci-fi blockbusters, this is a clever film with a satirical edge (The Economist, 20 August 2009).

Как видим, читатель подходит к тесту статьи уже подготовленным к тому, о чем пойдет речь, и что немаловажно, заинтересованным в статье. Так, в данном печатном издании выполняется одна из основных функций публицистического жанра – убеждение читателя, пробуждение его эмоциональной заинтересованности в прочитанном. Нужно так же отметить, что все рассмотренные структурные части статьи действуют как одно целое. Тема рецензии, заголовок и подзаголовок воспринимаются как один связный текст, который легко воспринимается читателем.

Следующей частью рецензионной статьи является дата ее публикации. В электронном варианте газеты рядом с датой указывается, что материалы взяты из печатного издания. Можно сделать вывод о том, что редакция газеты серьезно относится к тому, чтобы представленные материалы в печатном и электронном изданиях не различались и отображали одинаково достоверные факты:

Aug 27th 2009 | from PRINT EDITION.

Далее идет сам текст статьи, и в конце мы видим ссылку на рубрику, в которой была опубликована данная статья: Books and Arts.

Отличительной особенность структуры статей издания Economist является отсутствие упоминания имени автора статьи. Все статьи данного издания имеют редакционную направленность и никогда не содержат строку с именем автора. Даже имя главного редактора никогда не печатается в издании. Согласно издавна принятой традиции, главный редактор подписывает своим именем статьи только по случаю ухода с занимаемой должности. Другие авторы статей могут подписаться лишь в нескольких случаях: если автором является приглашенный известный человек, если журналист The Economist пишет специальный репортаж, или для того, чтобы осветить возможный конфликт интересов в отношении рецензии на произведения художественной литературы. (from Wikipedia, the free encyclopedia. The Economist. http://en.wikipedia.org/wiki/The_Economist).

Следующей подлежит рассмотрению структура рецензионной статьи ежедневной английской газеты The Times. В статьях данного издания также присутствуют все необходимые структурные элементы.

В начале каждой статьи до заголовка идет указание на то, из какого печатного ресурса взята статья. Это может быть либо The Times, либо The Sunday Times. Далее следует дата публикации статьи. Для редакции электронной версии газеты эта информация является важной, так как она служит подтверждением того, что материалы электронной версии газеты полностью соответствуют печатному изданию. Аналогичные структурные элементы мы могли наблюдать в статьях журнала The Economist.

После указания источника и даты следует заголовок самой статьи. В зависимости, от того, на что написана рецензия, заголовок может

содержать только название произведения: фильма, музыкального концерта или театральной постановки и место их проведения.

Наличие подзаголовка в статьях этого издания не всегда обязательно.

После заголовка или подзаголовка располагается имя автора статьи. После имени автора следует сам текст рецензии. Стоит отметить, что если в рецензии речь идет о театральной постановке, то после статьи указывается телефон театральной кассы. После рецензии на фильм указывается его продолжительность в минутах. Можно также найти информацию о том, когда начинается тур той или иной музыкальной группы, или какого числа выйдет в свет музыкальный альбом. Это не столько важная информация, так как приводится она в конце статьи, сколько полезная для читателей. После прочтения рецензии заинтересованный читатель сможет без труда ознакомиться с произведением самостоятельно и сделать свои выводы, затрачивая на поиски минимум времени.

Здесь хочется провести небольшое сравнение рецензионных статей в британской газете The Times со статьями в американской The New York Times. Набор структурных элементов статьи в этих изданиях полностью совпадает: присутствуют заголовок, дата публикации, источник оригинальной статьи, имя автора статьи и сам текст рецензии. Почти всегда отсутствует подзаголовок статьи. Однако существуют некоторые различия в расположении элементов статьи. Например, в американской The New York Times мы можем наблюдать следующее построение статьи: на первом месте находится заголовок статьи, который практически никогда не содержит в себе название рецензируемого произведения. Как и в ранее рассмотренных изданиях в заголовках рецензий на музыкальные концерты указывается место проведения мероприятия: At Lincoln Center, Using Both Sound and Silence (The New York Times, 26 September 2010). Однако в большинстве случаев в заголовках используются эмоционально окрашенные слова (чаще всего с негативной коннотацией), призванные привлечь внимание читателя:

Blood Ties (The New York Times, 24 September 2010);

The Pride That Went Before the Fall (The New York Times, 23 September 2010);

Millions of Friends, but Not Very Popular (The New York Times, 23 September 2010).

После заголовка идет имя автора статьи и дата публикации. Затем и сам текст рецензии. Стоит отметить расхождения в ссылке на источник материала. Если в электронной версии британской The Times отмечается только название печатного издания, то в американской версии ссылка дается целиком на номер газеты, дату ее выхода в свет и даже на номер страницы, на которой была напечатана статья. Например: A version of this article appeared in print on September 26, 2010, on page AR7 of the New York

edition. (The New York Times, 21 September 2010). Это является проявлением типично американского серьезного подхода к защите авторских прав.

Проведя анализ структуры рецензионных статей различных англоязычных печатных изданий, можно сделать следующие выводы:

– в статье почти всегда присутствуют основные структурные элементы, такие как заголовок, подзаголовок, имя автора статьи, дата публикации и сам текст рецензии;

– все структурные элементы статьи могут меняться местами, добавляться и опускаться в зависимости от принятых в данном издании традиций и отношения к информации как к более или менее значимой;

– для усиления воздействия на читателя и с целью убеждения его ознакомиться с произведением лично в электронных вариантах статей используются различные мультимедийные средства.

Литература

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л., "Просвещение", 1981.

2. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1958.

3. Смирницкий А.И. Синтаксис английского языка. М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1957.

4. Beginner's Guide to Writing News Stories: Structure of a News Article. Associated content from Yahoo! [Электронный ресурс]. URL:http://www.associatedcontent.com/article/160604/beginners_guide_to_writing_news_stories.html?cat=35.

5. Format for Writing a Newspaper Article – The Structure to Follow. Ezine articles. [Электронный ресурс]. URL: http://ezinearticles.com/?Format-For-Writing-a-Newspaper-Article-The-Structure-to-Follow&id=3830235.

Баранова А.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: *канд. филол. наук, доц.* ***М.В. Евстифеева***

Место медицинской терминологии в лексической системе английского языка

Термины являются смысловым ядром специального языка и передают основную содержательную информацию. В современном мире в результате роста научно-технических знаний свыше 90% новых слов, появляющихся в языках, составляют специальные слова. Потребность в терминах гораздо выше, чем в общеупотребительных словах. Рост числа терминов некоторых наук обгоняет рост числа общеупотребительных слов языка, и в некоторых науках число терминов превышает число неспециальных слов. Бурное образование новых дисциплин (в среднем каждые 25 лет число их удваивается) влечет за собой их потребность в

собственной терминологии, что приводит к стихийному возникновению терминологий.

Терминология в условиях ускорения научно технического прогресса приобретает особое значение. Она является источником получения информации, инструментом освоения специальности. Любая область науки и техники находит своё выражение в терминах. Практически нет ни одной области знания, которую можно было бы изучать, не владея терминологией.

Медицинская терминология является одним из специфических пластов лексики, который в силу структурных, словообразовательных, стилистических и семантических особенностей, отличается от общеупотребительных слов и, тем самым, занимает особое место в лексической системе языка. В рамках данного доклада нам хотелось бы рассмотреть некоторые разновидности такого пласта английской медицинской терминологии, как сокращения и аббревиатуры.

В английских научных и профессиональных текстах значительное место занимают самые различные виды сокращений. Поскольку они функционируют самостоятельно, фиксируются в лексикографических источниках и нередко становятся более известными, чем их источники, их можно считать лексическими единицами научно-технического языка. По звуковому и графическому оформлению сокращения принято делить на аббревиатуры и акронимы.

Термины-аббревиатуры образуются от начальных букв знаменательных слов исходных терминов-словосочетаний. В английском языке наблюдается тенденция к сокращению любого термина, что с легкостью можно проследить на примере медицинской терминологии: *LK* (*left kidney*)*; RK* (*right kidney*)*; LN* (*liquid nitrogen*).

Существует значительное количество типологий сокращений. Разделение аббревиатур на виды в известной степени условно, так как аббревиатура – явление многогранное и неоднозначное. Общепринято разделение аббревиатур на три больших группы: графические, лексические и синтаксические.

Среди графических аббревиатур различают стандартные аббревиатуры (например, латинские сокращения *a.c. “ante cibum, before meals” ‘перед едой’; b.i.d. “bis in die, twice a day” ‘два раза в день’; p.o. “per os, orally” ‘для приема внутрь’*), и аббревиатуры, ограниченные функционально рамками полуофициальной медицинской документации (например, *T.S.T.H. “too sick to send home” ‘не полностью выздоровевший для отправления из стационара домой’; H.B.D. “has been drinking” – ‘болен алкоголизмом’; G.O.N. “God only knows”‘только Богу известно’*).

Очевиден тот факт, что если в письменном подъязыке медицины данный класс сокращений относится к разряду графических, то в профессиональной разговорной речи это “лексические аббревиатуры,

находящие широкое применение и по сути своей не отличающиеся от других лексических аббревиатур". Т.о., наблюдается явление лексикализации графической аббревиатуры. При этом у нее появляется собственное произношение, либо алфавитное (*BP "blood pressure" 'кровяное давление', GP "general practitioner" 'врач общей практики', GB "gallbladder" 'желчный пузырь', OD "occupational disease" 'профессиональное заболевание'*), либо звуковое, в результате чего образуются акронимы (*AIMES, JAMA* – названия медицинских журналов).

Среди лексических сокращений также следует отметить усечения. Традиционно выделяют усечения, образованные путем апокопы (усечения последнего элемента слова), аферезиса (усечения первого элемента) и синкопы (выпадения звуков или букв внутри слова).

Наиболее продуктивным типом усечения является апокопа. Апокопные сокращения могут выступать в чистом виде (неосложненные усечения): *chem(istry); biol(ogy); op(eration)* или осложняться суффиксацией (осложненные усечения): *bact + y (< bacteriology); trach + y (< tracheal)*. Иногда возможны оба варианта: *bact(eriological)* и *bacty* с тем же значением.

Усечения с аферезисом встречаются в научной литературе и речи медицинских специалистов крайне редко. Это связано с тем, что усекается не только грамматическая информация, но и важная семантическая составляющая термина: *(hypodermo)clysis 'подкожное введение (физ.) раствора'; (hemato)crit 'процент от объема образца крови, занятый клетками'*.

В настоящее время увеличивается популярность усечений, образованных с помощью синкопы: *polysome (polyrybosome) – 'полирибосома'; scoline (succinylcho-line) – 'мускульный релаксант'; dopamine (dihydroxyphenylethylamine) 'допамин' (название гормона)*.

Группа синтаксических сокращений представлена эллиптическими аббревиатурами. Эллипсис характеризуется опущением одного из компонентов словосочетания, однако, в отличие от предыдущих типов усечения, оставшийся компонент не претерпевает ущербных изменений в своей морфемной структуре, а лишь «конденсирует семантику всего словосочетания»: *gastric (gastric ulcer) 'язва желудка'; cord (spinal cord) 'спинной мозг'*. Эллипсису обычно подвергаются атрибутивные словосочетания (A + N) двумя способами.

В первом случае происходит опущение существительного и субстантивация прилагательного, при этом значение всего словосочетания конденсируется в атрибуте: *abdominal (N) (< abdominal case) 'заболевание (органа) брюшной полости'; attending (N) (< attending physician) 'лечащий врач"*.

Во втором случае носителем конденсированной семантики является существительное: *cord < spinal cord; section < Cesarean section ‘кесарево сечение’*.

Эллипсису подвергаются также сочетания существительных (N + N): *prolapse (< prolapse of the rectum) ‘выпадение прямой кишки’; tonsil (< tonsil operation) ‘удаление гланд’; Zondek (< Zondek test) ‘тест Зондека’*.

Характерной особенностью современной терминологической системы медицины является расширение ее международного пласта как следствие взаимодействия и взаимообогащения различных языков и потребности межнационального профессионального общения.

Беркалова Д.

6 курс, вечернее отделение, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт,
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **М.Н. Николаева

Особенности лексико-семантических отношений языковых единиц спортивной фразеологии в английском языке

Английский язык имеет тысячелетнюю историю. За это время в нем накопилось большое количество выражений, которые люди нашли удачными, меткими и красивыми. Так и возник особый слой языка фразеология, совокупность устойчивых выражений, имеющих самостоятельное значение.

Употребление единиц спортивной фразеологии широко распространено в Великобритании, США и других англоязычных странах. Это связано с большой популярностью спортивных состязаний среди народов этих стран. В XIX веке Великобритания была родоначальницей большого числа спортивных состязаний, которые затем распространились по всему миру и стали очень популярными. Широкое применение в современном английском языке фразеологизмов спортивного происхождения делает изучение этого пласта фразеологии чрезвычайно важным.

Подобно словам, фразеологизмы вступают в антонимические и синонимические отношения между собой. Это явление характерно и для языковых единиц спортивной фразеологии. Наиболее развито в спортивной фразеологии явление антонимии. Это обуславливается спецификой спортивных состязаний – выигрыш одной из сторон одновременно означает проигрыш другой, какое-либо действие одной из сторон немедленно вызывает противоположное действие соперничающей стороны.

Языковой анализ антонимических пар спортивной фразеологии показал неоднородность отношений между фразеологизмами с противоположными значениями.

По мнению А.В. Кунина, «важнейшими семантическими характеристиками антонимов считаются противоположенные значения и семантическая сущность, которая проявляется в “соотносительности значений”, то есть в том, что они выражают одно и то же родовое понятие.

При обозначении “качественных признаков, допускающих градуирование” между двумя полюсами признака, именами которых являются соответствующие антонимы, обычно возможен средний член – фразеологическая единица, слово, переменное словосочетание или предложение. Существенным является то, что полюса от него равноудалены и симметричны. Значение антонимов в совокупности не исчерпывает значения родового понятия».

Обязательным признаком антонимов является хотя бы частичное совпадение сочетаемости.

В современном английском языке учёные выделяют несколько семантических типов фразеологических антонимов.

Апресян Ю.Д. выделил следующие типы лексических антонимов:

1. Тип «Начинать» – «Переставать».

2. Тип «Действие» – «Уничтожение результата действия»; «Выигрыш» – «Проигрыш» (Win the first round – выигрывать первый раунд, на первом этапе борьбы; Lose the first round – проигрывать первый раунд, на первом этапе борьбы; Win on points – выигрывать по очкам, побеждать без явного преимущества, в равной борьбе; Lose on points – проигрывать по очкам, уступать без явного преимущества, в равной борьбе; Win by neck – немного опередить соперника и вследствие этого выиграть; Lose by neck – немного отстать и вследствие этого проиграть.

3. Тип «Хорошо» – «Плохо», «Правильно» – «Неправильно», «Честно» – «Нечестно» (On a good wicket – в хорошем положении; On a bad wicket – затруднительном положении; be on the bit – чувствовать себя скованно – Be off the bit – чувствовать себя расслаблено).

4. Тип «Больше» – «Меньше» (Long odds – большая вероятность чего-либо, значительные шансы на что-либо; Short odds – малая вероятность чего-либо, незначительные шансы на что-либо).

5. Разные антонимы: (go to bat for smb – прийти на помощь кому-либо; вступиться за кого-либо; go to bat against smb – давать показания против кого-либо, препятствовать кому-либо сделать что-либо).

Превалирование данных типов фразеологических антонимов объясняется спецификой спортивной жизни, спортивных состязаний, описанной выше.

Фразеологические антонимы бывают одностилевыми и разностилевыми. Среди фразеологических единиц спортивной

фразеологии разностилевые антонимы не распространены из-за ограниченного объёма спортивной фразеологии.

Исходя из вышеизложенного, можно согласиться с мнением А.В. Кунина, что «фразеологические антонимы – это кореферентные фразеологизмы, относящиеся к одному грамматическому классу, частично совпадающие или полностью не совпадающие по лексическому составу, имеющие общий семантический компонент при наличии полярных значений и различающиеся или совпадающие в стилистическом отношении».

Фразеологические синонимы также как и лексические обозначают один объект действительности и относятся к одному классу (субстантивных, глагольных и т.д.). Фразеологические синонимы могут частично совпадать или полностью не совпадать по лексическому составу.

При образовании фразеологических синонимов, по мнению А.А. Кравцовой, большую роль играет образование по аналогии на основе лексико-фразеологической аттракции. Под аттракцией понимается «смысловое тяготение единиц языка, речи или элементов языка и речи на основе каких-либо общих признаков, в процессе которого происходит их семантическое взаимодействие».

Явление синонимии фразеологических единиц в спортивной фразеологии развито менее. Это связано с большими различиями в правилах различных видов спорта, а также с их максимальной однозначностью и невозможностью двоякой трактовки.

Фразеологические синонимы, не совпадающие по лексическому составу, являются оборотами, возникшими из различных источников (различных видов спорта) и не связанными этимологически.

Пример: Make the running – set the pace – задавать тон, лидировать.

А.В. Кунин выделил три типа фразеологических синонимов – идеографические, стилистические и стилистико-идеографические.

1. Идеографические синонимы – отличаются оттенками значения.

2. Стилистические синонимы – обозначают одно и то же понятие, но с различной принадлежностью.

3. Стилистико-идеографические синонимы – в синонимах этого типа наблюдается как чисто семантические, так и стилистические различия. Это деление справедливо и для фразеологических единиц спортивной фразеологии, с той лишь разницей, что фразеологические синонимы третьего (стилистико-идеографического) типа большого распространения не получили из-за сравнительно ограниченного объёма фразеологических единиц спортивной фразеологии.

Примеры идеографических синонимов спортивной фразеологии: Be out of count – take the count – потерпеть поражение, погибнуть; on a sticky wicket – on a bad wicket – стоять перед трудной задачей, быть в

затруднительном положении; make the running – set the pace – задавать тон, быть лидером.

Примеры стилистических синонимов спортивной фразеологии: Chuck up (или throw, in или throw up) the sponge (разг.) – throw in the towel (нейтр.) – сдаваться, признавать себя побеждённым, выйти и игры.

Данное деление фразеологических синонимов на три группы является условным из-за отсутствия стабильности в стилистических различиях, так как жаргонизмы обычно устаревают и переходят в разряд разговорных оборотов, разговорные обороты в свою очередь становятся достоянием общелитературного пласта языка, оценочно нейтральными.

Букин А.

5 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **В.А. Букина

Особенности перевода правовых документов

Юридический перевод и перевод правовых документов являются одним из наиболее востребованных видов перевода на данный момент, постоянно растет спрос на услуги переводчиков, специализирующихся именно в этой области.

Перевод правых документов, как объектов юридического перевода, представляет собой сложный процесс, в котором необходимо применение особых подходов при переводе.

Для успешного перевода юридических текстов и текстов правовых документов в частности, недостаточно совершенных знаний терминологии присущей данного рода тексам, необходима также осведомленность в самой сфере применения юридических текстов, что позволит переводчику наиболее точно подобрать эквивалент какому-либо фиксированному сочетанию или встретившемуся термину.

На примере юридического перевода можно совершенно точно утверждать, что необходимо ещё и детально разбираться в культурных особенностях носителей исходного языка, в специфических конструкциях, присущих только им.

Лингвистическая эквивалентность юридических понятий, используемых в юридических текстах и правовых документах часто недостижима.

Правовой документ, либо иной письменный носитель переводной юридической информации, имеет текстовые особенности, своеобразное языковое выражение. Текст большинства документов имеет ровный и спокойный стиль, не вызывающий дополнительных ассоциаций и не отвлекающий от сути документа. Нейтральное изложение юридических норм повышает эффективность правового регулирования.

Некоторые трудности представляет перевод словосочетаний, имеющий различный смысл в британском и американском вариантах английского языка.

Перевод, который исчерпывающе передает замысел автора в целом, все смысловые оттенки оригинала и обеспечивает ему полноценное формальное и стилистическое соответствие считается полностью адекватным. Такой перевод может быть создан путем творческого применения реалистического метода отражения художественной действительности оригинала. Для достижения адекватного перевода необходим подбор наилучших языковых средств для воспроизведения художественных элементов подлинника.

В числе основных требований к адекватности перевода значатся:

1. Точность.

Переводчик обязан донести до читателя полностью все мысли, высказанные автором. При этом должны быть сохранены не только основные положения, но также нюансы и оттенки высказывания. Заботясь о полноте передачи высказывания, переводчик, вместе с тем, не должен ничего добавлять от себя, не должен дополнять и пояснять автора. Это также было бы искажением текста оригинала.

2. Сжатость.

Переводчик не должен быть многословным, мысли должны быть облечены в максимально сжатую и лаконичную форму.

3. Ясность.

Лаконичность и сжатость языка перевода, тем не менее, не должны идти в ущерб ясности изложения мысли, легкости ее понимания. Следует избегать сложных и двусмысленных оборотов, затрудняющих восприятие. Мысль должна быть изложена простым и ясным языком.

4. Литературность.

Перевод должен полностью удовлетворять общепринятым нормам русского литературного языка. Каждая фраза должна звучать живо и естественно, не сохраняя никаких намеков на чуждые русскому языку синтаксические конструкции подлинника. Ввиду значительного расхождения в синтаксической структуре английского и русского языков редко оказывается возможным сохранить при переводе форму выражения подлинника. Больше того, в интересах точности передачи смысла зачастую бывает необходимым при переводе прибегнуть к изменению структуры переводимого предложения в соответствии с нормами русского языка, т.е. переставить или даже полностью заменить отдельные слова и выражения, хотя замена даже одного слова другим весьма существенна. В переводе же не одно, а все слова заменяются другими, принадлежащими, помимо всего, к иной языковой системе, которая отличается своей особой структурой речи – порядок слов в предложении, слова, принадлежащие к одному

синонимическому ряду, как правило, существенно отличаются в разных языках смысловыми оттенками.

Таковы основные требования, предъявляемые к адекватному переводу.

Джонджоян К.

4 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **М.В. Евстифеева

Использование спортивной терминологии в СМИ

Изучение особенностей функционирования терминологической лексики в спортивном дискурсе представляет большой интерес, поскольку в настоящее время развивающаяся сфера спортивной коммуникации является источником внедрения в английский язык новых лексических единиц. Предмет нашего внимания составляют термины, используемые в публицистических текстах, выборка которых была сделана на материале спортивных обзоров и репортажей в газетах The Sun, Daily Mirror, Daily Telegraph, World soccer.

В процессе лингвистического анализа нами была отмечена и рассмотрена такая лексическая особенность, как стилистическое использование спортивных терминов в составе словосочетаний.

Указанные терминологические номинации рассматриваются нами как часть фразеологии и обладают минимальной образностью. Отвечая всем установленным требованиям к термину (точность значения, вхождение в систему, краткость, лингвистическая правильность) [3, с. 196], терминосочетания, встречающиеся в спортивной сфере, по сути своей основаны на переносном значении, или метафоризации. Так, отметим терминосочетания, компонентами которых являются глагол в переносном значении и зависящая от него словоформа: to pull ahead/to draw away (вырваться вперёд), to break a record/to cut a record (побить рекорд), to equalize /to even the score (сравнять счёт), to break smb.’s service (отбить чью-л. подачу), to lose one’s service (проиграть подачу), to throw a game (намеренно проиграть), to keep a trophy (сохранить трофей), to take a place (занять место), to strengthen leadership (упрочить лидерство), to shoot some hoops (играть в баскетбол), to snatch a victory (вырвать победу), to make the running/to set the pace (задавать тон, лидировать). Встречаются трёх-, четырёхкомпонентные сочетания, регулярно воспроизводимые в готовом виде и обладающие устойчивостью семантической структуры: to be among the prize-winners (попасть в число призёров), to lay out a ball under a blow (выложить мяч под удар), to parry a blow from the turn (парировать удар с разворота), to return a game under control (вернуть игру под контроль), to guarantee a place in a (score) table (гарантировать место в

турнирной таблице), to defend team colours (защищать цвета команды), to shoot at the basket (забросить мяч в корзину). В примерах наблюдаем: *And now the leading horse is drawing away from the rest, putting a greater distance between himself and the nearest runner (The Sun)*, где to draw away – вырваться вперёд; *That was a tricky ball he served to Nadal, there was no hope of returning it (Daily Telegraph)*, где serve the ball (подавать мяч) – «технический приём в теннисной игре».

Представляется целесообразным отметить отдельную группу терминосочетаний, содержащих метафорические определения со стёртой семой образности. Это группа слов и оборотов профессионального характера, возникших на основе различных переносов: pace lap (прогревочный круг), also ran (неудачливый участник соревнований), a grandstand finish (эффектный финиш, убедительный финал), a grandstand play (игра на публику), brilliant match (блестящий матч). В спортивных репортажах отмечаем: The drivers set out for the pace lap before start (Eurosport), где pace lap (прогревочный круг) – «круг движения на автотрассе, совершаемый участниками автогонок перед началом соревнования для разогревания моторов машин и моральной подготовки». Обозначенные терминосочетания узкоспециализированны. Образная метафора в них приглушена ввиду частого использования и регулярной воспроизводимости в рамках спортивной сферы.

Таким образом, в спортивном дискурсе нами выделена группа терминов, или терминосочетаний (термин И. Кожевниковой), не отождествляемых с профессионализмами и жаргонизмами. В отличие от последних, термины спортивного дискурса предельно точны, лаконичны, исключают двуплановость толкования, образованы в соответствии с нормами литературного языка и регулярно воспроизводимы, а соответственно, вхожи в систему лексики спортивного подъязыка. В целом для спортивного дискурса характерна такая лексическая особенность, как использование терминов (слов и словосочетаний) спортивной сферы.

Литература

1. Васильев, А.Д., Слово в телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российском телевещании. – Красноярск, 2000.

2. Кожевникова, И.Г., Русская спортивная лексика: (Структурно-семантическое описание): Монография/И.Г.Кожевникова. – Воронеж, 2002.

3. Кожина, М.Н., Стилистика русского языка: Учебник для студентов пед. ин-тов. – М., 1983.

4. Котюрова, М.П., Стилистические ресурсы лексики//Стилистический энциклопедический словарь русского языка/Под ред. М.Н.Кожиной. – М., 2003.

5. Дубровин – Дубровин, М.И., Англо-русский словарь. – М., 1991.

6. Мюллер – Мюллер, В.К., Новый англо-русский словарь. – М., 2005.

7. Ожегов – Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю., Толковый словарь русского языка. – М., 1999.

Ермакова С.

3 курс, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **М.Н.Николаева

Способы выражения адресатоцентричности в слоганах рекламы автомобилей

В настоящее время трудно представить себе мир без автомобилей. Мы привыкли к дорогам и оживленным трассам и уже не мыслим себе жизни без этого средства передвижения, которое уже давно не является роскошью, доступной исключительно привилегированным слоям общества.

Благодаря научно-техническому прогрессу и развитию производства покупка автомобиля стала доступной рядовым гражданам, следовательно, как и любой другой товар, автомобили нуждаются в рекламе – и рекламный слоган является одним из важнейших способов информирования и привлечения внимания к конкретной марке автомобиля.

Под термином «слоган» обычно понимают рекламный лозунг, девиз, содержащий сжатую, легко воспринимаемую, эффектную формулировку рекламной идеи. Само слово весьма древнее, происходит из галльского языка, где означало «боевой клич». В современном значении оно было впервые употреблено в 1880 году и первоначально использовалось американскими рекламистами, в русский язык оно было заимствовано из английского.

Пожалуй, нигде не чувствуется такого эмоционального призыва, как в слоганах компаний по производству автомобилей. Они многочисленны и разнообразны.

Цель любого слогана – убедить потребителя купить товар, однако способы выражения адресатоцентричности различны.

Так, наиболее распространенным является прямое воздействие на сознание, через использование **явно выраженного императива**, обозначенного глаголом в повелительном наклонении.

Например:

Renault – Управляй переменами.
Toyota RAV 4 – Открой город заново.
Toyota Highlander – Держись избранного пути.
Toyota Land Cruiser 200 – Покоряй мир вместе с ним.
Nissan Teana- Окружите себя естественным комфортом.
Toyota – Drive your dreams!
Renault – Drive the change.
Ford – Feel the difference!
Nissan – Shift expectations, Shift the way you move.

Nissan Micra – Drive Simpler. Live better.
Volkswagen Tiguan – Enjoy the movement.
Volkswagen Touran – Make Life easy.
Opel Meriva – Embrace life.

Также, создатели зачастую прибегают к приему **диалогизации** при отсутствии одного из участников диалога. Используется обращение к конкретному лицу, активно употребляются личные и притяжательные местоимения второго лица.

Toyota Corolla – One thing you can count on.
Nissan Altima – Quality you can love.
KIA Carens – Ваша семейная ценность.
KIA Soul – Отражение вашей индивидуальности.
KIA Sorento – Технологии вашего комфорта.
KIA Sedona – Your family deserves the best.

Следует также отметить ряд **косвенных способов выражения побуждения**, таких как:

1. Констатация наличия абсолютных, совершенных характеристик рекламируемого автомобиля, благодаря использованию грамматических и лексических языковых средств, в частности превосходной степени прилагательного «самым лучшим», а также слов с максимально позитивной оценкой, таких как «идеал», «эталон» и др.

Renault Latitude – Безупречная внешность, идеальное содержание.
Renault Clio – Больше, чем просто машина – это эталон.
Toyota Land Cruiser Prado – Превосходство очевидно.
Nissan Patrol – Воплощение роскоши, эталон управляемости.
KIA Sedona – Your family deserves the best.
KIA Forte – The first of its kind.

2. Подчеркивание наличия градуальных характеристик и качеств у объекта рекламы посредством употребления форм сравнительной степени прилагательных и наречий, сравнительных оборотов и противопоставлений.

Renault Scentic – Делает жизнь проще.
Renault Kangoo – Более практичный, более комфортный.
Nissan Qashqai – Ярче стиль. Круче нрав.
Nissan Micra – Drive simpler. Live better.
Hammer – Like nothing else.

3. Использование приема «иллюзорного создания общества» через употребление языковых средств, обозначающих совместную деятельность. Применение этого приема в рекламе автомобилей обусловлено нарастанием отчуждения между людьми, являющееся следствием одной из важных проблем современности – одиночества.

Toyota Land Cruiser 200 – Покоряй мир вместе с ним.

4. Указание на способ и цель изготовления автомобиля, а также выражение отношения изготовителей к автомобилю через использование позитивно окрашенной лексики.

Ford S-MAX – Создан, чтобы Вы наслаждались жизнью.

KIA Cee'd – Создан удивлять!

Nissan Altima – Made to make your life better.

KIA Sportage – Designed for the next level.

Subaru – Love. It's what makes a Subaru a Subaru.

Opel – Wir lieben autos.

5. Сопоставление автомобиля с неким положительным образом или объектом, продуцирующим интерес и внимание к рекламируемому автомобилю.

Ford Focus – Центр притяжения

Nissan GT-R – Легенда стала реальностью…

Opel Antara – Герой каменных джунглей.

Volkswagen Sharan – The family hero.

6. Констатация новизны рекламируемой модели автомобиля через использование слов с семантикой «новый, инновационный» и др.

Renault Sandero – Новые линии. Знакомая надежность.

KIA Cerato – Динамичный облик. Инновационное содержание.

Kia Soul – A new way to roll.

Nissan Juke – Innovation for success, innovation for all.

Nissan Leaf – Innovation for the planet, innovation for all.

KIA Forte – Setting new standards.

Volkswagen Golf – Setting a new standard.

Анализ слоганов в рекламе автомобилей позволяет сделать вывод, что способы выражения адресатоцентричности весьма разнообразны – от ярко выраженного императива до сопоставления автомобиля с неким образом героя, но все они преследуют цель привлечения внимания потенциального покупателя к рекламируемому товару.

Рекламный слоган является важной составляющей фирменного стиля и PR-политики, поскольку он передает в яркой, образной форме основную идею рекламной кампании, придает цельность серии рекламных мероприятий.

Загитова О.

4 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **М.Н. Николаева

Структурно-семантические особенности бренда в рекламе

Термин «бренд» имеет древненорвежское происхождение: глаголом "brand" викинги называли процесс клеймения скота. В буквальном переводе с английского языка бренд (brand) означает:

а) клеймо, фабричную марку;

б) выжигать, прижигать каленым железом, а в переносном смысле – оставлять в памяти отпечаток.

Лингвистическое выражение бренда или его имя – это ассоциация, основное значение, которое связано с данным образом.

Создаваемое имя бренда должно идентифицировать компанию, услугу, продукт как уникальную в восприятии покупателя. Оно дает четкое описание товара или подчеркивает основные эмоциональные преимущества конкретного бренда.

При создании имени бренда следует придерживаться нескольких правил:

1. Имя бренда должно легко произноситься.
2. Имя бренда должно быть грамотно фонетически построенным для наиболее легкого запоминания.
3. Имя бренда необходимо создавать с учетом других иностранных языков, чтобы оно не вызывало неприятных ассоциаций в других языках.
4. Имя бренда должно выражать выгоды и преимущества марки;
5. Имя бренда не должно нарушать авторские права на уже существующее зарегистрированное марочное название.

Анализ языкового материала позволил выявить следующие **семантические** группы брендов:

Описательные названия

Эта категория названий сообщает о преимуществах и качествах продукта в простой и прямой форме. Меньше времени нужно, чтобы объяснить, что именно компания продает. Примером ярко описательных (и удачных) названий может служить: Head and shoulders (шампунь, позволяющий избавить вас от перхоти, так часто оказывающейся на плечах). Сок «Фруктовый Сад» обозначает, что сок сделан из свежих фруктов.

Обычные имена

Нередко руководители, опасаясь, что потребители плохо отреагируют на новаторство, стремятся создать себе имя, подобное именам уже известных в своей сфере компаний. Действительно, ведь успех других компаний указывает на то, что у этих организаций, помимо прочего, есть отличное название.

Примеров таких наименований брендов множество: Dolce & Gabbana, Gucci, Valentino, Versace. Эти имена созданы по фамилии основателей брендов.

Географические имена

Желая обозначить региональный ареал своей деятельности, фирмы могут использовать в названии себя и своих продуктов географическую составляющую.

Слово Park в названии нью-йоркских отелей указывает на их престижность и близость к Центральному парку. Пиво Bavaria – означает, что пиво сварено в этом районе Германии, и по местным традициям.

Toyota – крупнейшая японская автомобилестроительная корпорация, также предоставляющая финансовые услуги и имеющая несколько дополнительных направлений в бизнесе. Штаб-квартира – в городе Тойота, префектура Айти (Япония).

В названии куртки ALASKA – используется географическое название, подчеркивающее тот факт, что такие куртки способны выдержать даже холод Аляски.

Ассоциативные имена

Ассоциативное название не говорит напрямую, чем занимается организация, но ясно указывает на основное содержание продукта или услуги. Преимущества ассоциативного названия в том, что оно легко запоминается и является хорошим средством передачи информации на подсознательном уровне. Название шоколада “Bounty” скрывает в своем названии значение «щедрый подарок», поэтому вряд ли среди людей, знающих английский язык найдутся те, кто откажется от такого шоколада. Фирма косметики ручного производства Lush – своим названием показывает, что вся косметика сделана из свежих продуктов, с использованием эссенций цветов и соком фруктов.

Vox – фирма, производящая музыкальное оборудование, связанное с воспроизведением или усилением звука.

Безэквивалентные имена

Размышляя над именем производимого продукта, следует продумать заранее, на каком национальном рынке планируется функционирование языкового имени бренда.

“Volkswagen”– в переводе с немецкого языка означает «народный автомобиль». В английском языке одно из значений слова “wag”– шутник, остряк, шут.

Пиво Kozel – в европейских странах это название не является оскорблением, а в России в просторечии воспринимается как очень серьезное оскорбление.

Рассматривая структуру брендов, были выделены следующие группы:

1. бренд, образованный с помощью **аббревиации**

DKNY (Donna Karan New York)

YSL (Yves Saint Laurent)

BCBG (bon chic, bon genre)

2. бренд, являющийся простым словом, состоящим из корневой морфемы,

Lush (сочный); next; swatch; Savage

3. бренд, являющийся **дериватом**, т.е. состоящий из корневой морфемы и одного или нескольких аффиксов (как словообразовательных, так и словоизменительных):

Incity; Levi's; colin's; Camper

4. бренд, являющийся **сложным словом**, состоящий из двух или более основ:

Mango = man+go; Monsoon (дождливый сезон)

5. **сложнопроизводный** бренд, состоящий из сложения корней с последующей деривацией:

Headbanger(голова-трясти); Starbucks (звезда-щеголь); Cosmopolitan

6. **бренд, имеющий структуру словосочетания**:

a) Adj+N (прил + сущ)

New look; New Yorker; Top shop;

b) N+N (сущ+сущ)

Body shop; Knick Knack; Lady Collection

c) V+Conj+V (глагол + and + глагол)

pull and bear

7. **бренд, имеющий структуру предложения:**

a) Повелительное предложение

be free; dress it, rendez-vous

Название товара, который фирма хочет удачно продать на общем рынке, должно быть легким по произношению, привлекать внимание своим необычным, запоминающимся образом, вызывать яркие и положительные ассоциации и отличаться от названий продукции конкурентов. В реализации этих задач определенную роль играют семантический и структурный аспекты бренда.

Литература

1. Семантика названий брендов в русском и английском языках: лингвопрагматический, текстообрразующий аспекты //Научно-практический международный журнал. Гуманизация образования, 4. – М., 2006. С. 11-14.

2. Кожанова В.Ю. Лингвистические основы наименований брендов. – М,.2007.

Космачева Д.

9 класс, МОУ «СОШ №18», г. Электросталь

Научный руководитель: *учит.англ.языка* ***К.С. Колесникова***

The Graphon as the Orthographical Peculiarity of the English Advertising Text

Advertising being a multi-aspect phenomenon – social, psychological, linguistic, aesthetic, and actually economic – attracts researchers from various fields of human activity. Most likely, the interest in advertising, in its structure, its language and its role in today's world is linked with the development of the global information environment and the recognition of the need to review

closely, to explain and to deduce regularities, techniques and methods of mass media influence both on the mass audience, and on the individual.

Thus, the urgency and scientific novelty of the work are defined by the following factors:

1. the increasing importance of advertising as a type of mass communication in our modern society;
2. the growing need for further study of the language of advertising, which now represents a huge stratum of culture involved in shaping the information environment of the modern man;
3. the need to study the mechanisms of influence of advertising, its ability to persuade and encourage the audience to action;
4. the current trends in the development of text linguistics, aimed to the further examination of the linguistic ways of construction and transmission of the texts of special pragmatic orientation, providing intercourse in the sphere of mass communications.

The aim of our work is to examine the graphon as the orthographical peculiarity of the English advertising text.

The objects of our study are advertising texts published in contemporary English-language periodicals and electronic editions (The New York Times, The Economist, Science, Cosmopolitan, Self, She, National Geographic, Men's Health, and others), which were studied carefully in order to identify the specific use of graphons.

According to L.V. Kukharenko, the graphon is the intentional, reflecting the orthoepic violations distortion of publicly fixed orthographical standard [4, c. 20].

Working on this theme we got to know that such a phenomenon has been known in American literature for a long time: since 1930s humorous publications whose comical effect is constructed by means of deliberate distortion of the graphic form of the word has been very popular.At the same time orthographical distortions develop the function of creating true speech portrait of the hero, they becomean essential characteristic of "one of the crowd". t is this property of distorted orthography that was adopted by the English-language advertising.

Having studied quite a lot of examples of English advertising texts we have learned that the graphon may imply:

1. the intentional reduction of words and eliminating unreadable letters (Bar-BQ; The Donut Place,Trufit, Phone Jak, Evenflo);
2. non-linguistic graphic tools (the name of the group 'U2' (You Too), the cosmetic line '4 get-me-not' (Forget-me-not));
3. phonographic homonyms (Soft and Dri(Dry) (Deodorizer));
4. the replacement of the vowels and consonants in their normal positions in order to achieve alliteration (Kuler's Korner Bar, Pall Mall, Kooper Kettle Klub);

5. the deliberate misspelling (Kool cigarettes (cool), KrazyKakes (Crazy Cakes), Shu-Wite (Shoe white);

6. the appearance of excess, apparently mute grapheme(GR-RR-Rate! (about jewelry); Ffffabulos! (about the design of a new brand from Ford));

7. the arrangement of the phrase in a seemingly identical form:

DRINKA
PINTA
MILKA
DAY!

8. the usage of apostrophizing to indicate the application of the method of reducing words (Nothin' says lovin 'like somethin' from the oven – the advertisement of the company 'Pillsbury foods');

9. abbreviations (the advertising of the car Riviera: Whewathlastimyoreall ha fu in ca? (When was the last time you really had fun in car?)).

So we can conclude that the graphon is one of the orthographical features of advertising texts. Moreover, it has become so widely used in advertising not only because of the unusual verbal graphics, but also because of its social labeling. The advertisement with the graphon loses the character of the recommendations above, of attracting buyers for the benefit of the seller; it becomes the piece of advice one friend gives to another within the same social environment.

We have studied 150 advertising texts and found the proportion describing the use of certain orthographical expressive means in the design of the printed English-language advertising text. We have obtained the following results: the intentional reduction of words and eliminating unreadable letters (15% – 22 advertising texts); the use of the capital letter (10% – 15 advertising texts); deliberate errors (6% – 9 advertising texts); abbreviations (3,3% – 5 advertising texts); repeated writing of a letter (3,3% – 5 advertising texts); the use of the obsolete words (1,3% – 2 advertising texts); foreign words (0,7% – 1 advertising text); bolding (3,3% – 5 advertising texts); nonlinguistic graphical tools (2% – 3 advertising texts).

We are planning to continue our work on this subject and to extend the present study in the future.

Литература

1. Баркова Л. А. Особенности номинации в англоязычной рекламе // МГПИИЯ имени М. Тореза. – М., 1981. – Вып. 171. – С. 36 – 46.

2. Витале Д. Руководство по рекламе в малом бизнесе. – М., 1998. – 224 с.

3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М.: URSS, 2005. – 286с.

4. Кухаренко Л.В. Лексика американской рекламы в новой орфографии // Лингвострановедческое описание лексики английского языка. – М., 1983. – С. 19-23.

5. Морозова И.И. Слагаем слоганы. – М.: РИП-холдинг, 2001. – С.39-40.

6. Томская М. В. Оценочность в социальном рекламном дискурсе: Дис. ... канд. филол. наук. – М., 2000. – 202 с.

7. Toolan M. J. The language of press advertising. – L., 1998. – 246 c.
8. Yarborogh M. "Gender-pitched advertising: Do men and women see the same things?", 2003. – http://village.fortunecity.com

Лукьяненко И.
3 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц.* ***М.Н. Николаева

Языковые особенности и основные приемы создания телевизионных рекламных слоганов

«Слоган» – термин, пришедший в русский язык из английского, первоначально был распространен среди американских рекламистов. Само слово, однако, весьма древнее, происходит из галльского языка (sluagh-ghairm), где означало «боевой клич». В современном значении было впервые употреблено в 1880 году. Ранее в русском языке вместо слова «слоган» употреблялось слово «лозунг», пришедшее в русский язык из немецкого (losung – «военный пароль»). Термины «слоган» и «лозунг» не полностью идентичны.

Слоган – рекламный девиз, который в сжатом виде передает рекламное сообщение, он также является частью долговременной коммуникационной платформы бренда. Слоган употребляется во всех видах рекламной коммуникации для привлечения внимания целевой аудитории, повышения её лояльности бренду, стимулирования продаж. Слоганы, согласно той цели, которую они преследуют, делятся на имиджевые и товарные. Первые выражают смысл философии компании, бренда, товара или услуги. Вторые направлены на скорейшее увеличение продаж, а, следовательно, чаще апеллируют к уникальному торговому предложению продукта. Имиджевые слоганы обычно имеют более «серьёзные интонации» (в том случае, если философия бренда «серьёзна»), в то время, как товарные слоганы чаще несут в себе элементы языковой игры, могут быть зарифмованы и так далее. Слоганы читает больше людей, чем сами рекламные тексты, поэтому они должны привлекать внимание целевой аудитории: содержать уникальное торговое предложение, сулить выгоду. Кроме той информации, которая заключается в слоган, не менее важна и его «словесная оболочка», слоган должен быть написан таким образом, чтобы не вызывать отторжения у целевой аудитории: легко читаться, быть оригинальными, вызывать любопытство. Удачные слоганы не только легко запоминаются и становятся частью языковой среды, но и активно её изменяют.

Среди языковых особенностей, присущих слогану, можно выделить следующие:

1. Свернутость рекламного текста (вне зависимости от площади рекламный текст «схватывается» одним взглядом и содержит элементы, подобные ключам типового иероглифа – классифицирующие и индивидуализирующие признаки).

2. Его сигнальный характер (в рекламном тексте выделяется сигнальная фраза с высоким эффектом воздействия, эта фраза в концентрированном виде выражает идею рекламного текста).

3. Информативность.

4. Наличие парцелляции (расчленение фразы на части, часто на отдельные слова, для придания речи большей выразительности).

Из общей рекламной теории и практики были выработаны критерии оценки хорошего слогана:

1) он должен легко запоминаться;

2) он должен быть уникален (отсутствие чего-то похожего);

3) он должен концентрировать основную мысль посредством малого количества слов;

4) должен вызывать положительные ассоциации;

5) он может передавать несколько смыслов.

Результатом хорошего слогана является четкая ассоциация ударной фразы с брендом у потенциального покупателя товара или услуг. Выделение слогана в автономную разновидность рекламного текста способствовало появлению у него собственных структурных характеристик, которые присущи только данной единице, а именно: неразрывной структурно-семантической связи слогана с товарным знаком, порождающей у реципиента определенные ассоциации, связанные с рекламируемым товаром.

По своей структуре слоганы делятся на три типа:

Связанные – включают названия продукта. Такой слоган не отделим от названия. «Ваша киска купила бы „Вискас“»;

Привязанные – соотносятся с названием ритмически и фонетически. То есть данный слоган можно использовать без названия товара, но тогда он не будет понятен. «„Жилетт“. Лучше для мужчины нет» – “Gillette – the best a man can get”.

Свободные – они самодостаточны и независимы. «Бери от жизни всё», «Аромат, который сближает». Но стоит заметить, что свободные слоганы далеко не всегда ассоциируются с названием товара, поэтому, как правило, используют первые два типа слоганов.

Любопытно, что каждый телевизионный канал в России имеет свой собственный слоган:

Телеканал Спорт

Ни дня без спорта.

Телеканал СТС

Я смотрю СТС.

Смотрите во всех телевизорах страны.
СТС. Только звезды.
Спутниковое телевидение НТВ+
Больше чем телевидение.
Телеканал НТВ
НТВ. Новости – наша профессия.
Новости, достойные внимания.
1 канал, ОРТ
Первый покажет.
Телеканал Рен ТВ
Рен ТВ. Это надо видеть.
Рен ТВ. Самый сок телеэфира.
Телеканал ТВ 3
ТВ 3. Настоящий мистический.
Телеканал 2Х2
Просто мы работаем для вас.
Телеканал Домашний
Домашний. Телеканал про жизнь.

Чтобы нормально функционировать, телевизионные каналы демонстрируют много рекламных сообщений, в которых с целью оказания воздействия на зрителя, будущего покупателя и клиента, можно наблюдать использование различных приемов при создании слоганов.

Во-первых, в телевизионных слоганах реализуется один из самых эффективных приёмов создания слогана – имитация личного обращения, т.е. рекламодателями создается иллюзия личного обращения к каждому потребителю.

Примеры ТВ-слоганов:
МТС. О ком ты думаешь сейчас?
Билайн. Живи на яркой стороне!
МегаФон. Будущее зависит от тебя.
Спрайт. Соображай свежо.
Tefal. Без твоих идей не обойтись!
Fanta. Вливайся!
Обувь Камелот. Оставь свой след.

Вторым приемом, используемым при создании слогана, является интеграция имени компании с рекламным слоганом. Этот прием является очень эффективным. Не секрет, что часто потребитель помнит рекламу, она ему понравилась, но не помнит рекламируемого названия. Или, что еще хуже, «приписывает» рекламу конкурентам (замещение имен компаний /продуктов). В слогане, содержащем название фирмы или компании, риск забыть имя производителя продукции или услуг снижается. Известно, что идентификация и запоминаемость – одна из основных проблем эффективности рекламы.

Ikea. Есть идея, есть Икея!

Tide. Чистота – чисто Тайд.

Whiskas. Ваша киска купила бы Вискас!

Coca-Cola. Всегда Coca-Cola.

Горилка Nemiroff – Nemiroff. Все дело в перце.

Gillette. Лучше для Мужчины Нет!

Краска «Ярославские краски» – Не мудрите с красками, красьте Ярославскими!

Средство от кашля. Если кашляешь – прими Бромгексин Берлин-Хеми!

Мезим. Мезим – для желудка незаменим!

Колготки “Omsa”. От Парижа до Находки “Omsa” – лучшие колготки!

Milky Way. Молоко вдвойне вкусней, если это Milky Way!

Третий прием, применяемый в слоганах, это апелляция к авторитетам – перенесение положительного имиджа чего или кого-либо на рекламируемый товар /услугу путем сравнения или внедрения в слоган информации об авторитетах в области рекламируемого товара:

L’Oréal. Париж. Ведь вы этого достойны!

Max Factor. Советуют профессионалы.

Electrolux. Швеция. Сделано с умом.

Golden Lady. Лучшая подруга.

Colgate Total 12. Выбор стоматологов.

Четвертый прием, используемый в слоганах, – это игра слов (реализация двойного смысла). Этот прием является одним из самых эффектных и эффективных. Здесь главное сохранить баланс, чтобы подтекст не затмил рекламный смысл:

Вино «Божоле нуво». Попробуй, не божолеешь!

Майонез Ряба. Все дело в яйцах.

Жевательная конфета Chewits – Жевать – не пережЕвать.

Одежда Reebok. Будь в форме Reebok.

Пятый прием, который используется при создании слогана – это прием так называемой провокации. Слоганы-провокация – сложные и неоднозначно воспринимаемые слоганы. Использовать такой тип следует с осторожностью, т.к. часто можно добиться противоположного эффекта. Оправдано для таргетируемости (нацеленности) на молодежные и узкие неформальные аудитории.

Связной, сеть магазинов – Топ-модели доступны. Связной.

Шестой прием – это подчеркивание своей уникальности, выделение из массы подобных. Главной опасностью таких слоганов является риск скатиться к самовосхвалению и бахвальству, (завышая себя – психологически принижаешь потребителя, что вызывает подсознательное отторжение):

Пиво Holsten – Искушение для искушенных.

Отбеливатель Vanish – Vanish. Больше, чем отбеливатель.

Автомобиль Nissan. Nissan. Превосходит ожидания!

Седьмой прием, реализуемый в слогане – это сообщение о положительном результате от применения рекламируемых товаров или услуг. Слоганы-решение (показывающие результат) с психологической точки зрения очень эффективные слоганы, ведь давно доказано, что потребитель покупает не товар или услугу, а эффект от них (комфорт, престиж, скорость и пр.):

Москитол. Москитол. Потому и не кусают.

Пиво Невское. «Невское». Главное – вкус!

Лекарство от простуды. Coldrex. Горячий ответ простуде и гриппу!

И, наконец, еще одним приемом в создании слогана, является использование прямого или косвенного обращения к зрителю, призыв к действию. Слоган-лозунг (заявление или призыв) – самый распространенный подход к созданию. Он отличается большим разнообразием:

Сухарики Кириешки. Кто успел – тот и съел.

Пиво Сибирская корона. Всё за Сибирскую корону.

Motorola. И невозможное возможно!

Пиво Золотая бочка. Есть вещи, которые стоят того, чтобы жить.

Xerox. Мы научили мир копировать.

В заключение стоит отметить, что рекламные слоганы прочно вошли в нашу жизнь. Они всегда на слуху у простых граждан, а для предпринимателей являются мощным средством продвижения своего товара. Существуют определенные правила и приемы построения слогана. Слоганы делятся на различные виды; в зависимости от поставленной задачи и целевой аудитории их лингвистическое наполнение может различаться.

Литература

1. Красулина Е.С. Реальность слоганов: одинаково по-разному //Журнал «Реклама и жизнь». – Издательский дом Гребенникова. – 2003. – № 3 (27).

2. Красулина Е.С. Синтаксические, лексико-фразеологические, образные средства организации рекламного текста //Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 6.

3. Гойхман О.Я., Лейчик В.М. Реклама. Язык. Речь. Общение. Учебное пособие. Инфра-М, Москва 2011.

4. Рекламный слоган – http://ru.wikipedia.org/wiki/Слоган – Википедия – Свободная Энциклопедия – http://ru.wikipedia.org

5. Самая большая и структурированная база слоганов – http://www.eso-online.ru/kollekciya_reklamy/udachnye_primery_reklamy_skoro/slogany/

Любцева Е.

3 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **А.В. Леонтьева

Сопоставительный анализ дискурсивных маркеров в жанре устно-бытового диалога на материале английского и русского языков

В настоящее время отмечается повышенный интерес к дискурсивным маркерам в исследованиях различных языков. Данные слова позволяют продуктивно применять коммуникативный, прагматический и другие современные подходы к изучению языковых явлений в русском, английском и других языках.

Как известно, существуют несколько толкований дискурса (от франц. discours – речь) – связный текст в совокупности с экстралингвистическими-прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь». [1]

В контексте данной статьи нам видится наиболее близким следующее определение: дискурсивные маркеры – это лингвистические элементы, функционирующие на дискурсивном уровне, при этом сами независимы от составляющих частей речи.

Объектом исследования в данном случае является дискурс. Дискурсивные маркеры являются классом слов с уникальными формальными и прагматическими возможностями, их частотность довольно высока. Объем и границы дискурсивных слов варьируют от одного языка к другому. Четкого и единого определения термина «**дискурсивный маркер**» не существует. Этот термин соотносится с особым классом слов, принципиально важным свойством которых является их непосредственная связь с функционированием дискурса. «Всякий дискурс, будь то текст, монолог или диалог, состоит из более мелких коммуникативных единиц, которые организуют структуру дискурса» [2]. Цельность и связность дискурса – важнейшая из его отличительных черт, поэтому дискурсивные маркеры обеспечивают грамматическую и смысловую цельность дискурса, организуя тем самым смысловую связность его единиц.

К разряду подобных маркеров относятся следующие наиболее употребляемые элементы: ой, э-э, видите ли, понимаешь, ну, вот, это, как его и т.д. (в русск. яз.), oh, er, you see, well, you know, like, I mean etc. (в англ. яз). Каждый содержит четкую когезивную функцию, в зависимости

от контекста употребления и в соответствии с культурным и социальным уровнем говорящего. Анализируя дискурсивные маркеры, необходимо рассмотреть влияние гендерного фактора.

Немаловажным экстралингвистическим фактором, влияющим на языковую репрезентацию и, в частности, на позиционирование статуса, является половая принадлежность. Р. Лакофф предположила, что женщины смягчают свои высказывания при помощи дискурсивных маркеров типа *you know, of course, like*, не добавляющих содержательности тексту, но направленных на благосклонную интерпретацию и поддержку от собеседника (Lakoff, 1975).

В большинстве случаев женщины чаще, чем мужчины, используют *you know* с конкретной целью – создать родственную по духу атмосферу, нежели просто позиционировать высказываемую идею.

Далее рассмотрим дискурсивные маркеры на анализе бытового диалога. Этнометодология – течение, возникшее в 1960-х годах в американской социологии под лозунгами отказа от излишнего теоретизирования и априорных схем и приверженности эмпирическому материалу. Анализ бытового диалога – приложение этих общих принципов этнометодологии к языковому взаимодействию. Ключевая работа, положившая начало анализу бытового диалога, стала статья Дж. Сакса, Э. Шеглоффа и Г. Джефферсон «*Простейшая систематика чередования реплик в разговоре*»(1974).

В работах по анализу бытового диалога было уделено внимание ряду вопросов, которые были мало исследованы лингвистами. В первую очередь, это – правила чередования реплик в диалоге, или правила перехода «права говорить» от одного собеседника к другому. В соответствии с такими правилами, которые в основном сводятся к вопросу о том, «назначает» ли текущий говорящий следующего говорящего, выявляются несколько видов пауз в диалоге, таких, как заминка, пауза при смене темы, значимое молчание (отказ говорить).

Другое явление, это – смежные пары (adjacency pairs), т.е. типовые последовательности реплик, например вопрос – ответ, приветствие – приветствие, приглашение – принятие приглашения и т.д. Внутрь смежной пары может вкладываться другая смежная пара. Такого рода вложения могут быть многоступенчатыми: Вопрос 1: *Не подскажете, где здесь почта*? – [Вопрос 2: *Видите тот киоск*? – Ответ 2: *Да.*] – Ответ 1: *Там надо повернуть направо.*

Еще одно явление – поправки, или уточнения (repairs), т.е. реплики, которые корректируют сказанное ранее данным говорящим или его собеседником. Также в анализе бытового диалога значительное внимание уделяется глобальной организации (макроструктуре) диалога, невербальным и невокальным действиям (ритму, смеху, жестам, фиксации взгляда на собеседнике).

Стоит отметить, что в русской лингвистической традиции термин «дискурсивные слова» не столь популярен. Большинство этих слов относится к модальным словам (по В.В. Виноградову, 1999). Модальность предполагает отношение к действительности. «Говоря «об отношении к действительности» мы имеем в виду «действительность в представлении говорящего» (А.В. Бондарко, 1996: 24-30). Точка зрения говорящего предполагает наличие оценки.

На скрытом уровне дискурсивные маркеры оценки соотнесения сообщаемого с действительностью проявляются как отголоски авторства и наполняют содержание дискурса новым значением и направляют зрительское восприятие события. Дискурсивные маркеры разных групп обладают своими особенностями. Разделяют следующие виды ДМ:

дискурсивные маркеры оценки достоверности сообщаемого, *дискурсивные маркеры оценки противоречия, дискурсивные маркеры количественной оценки* и *дискурсивные маркеры временнóй оценки сообщаемого.*

1. Дискурсивные маркеры (ДМ) оценки достоверности: *действительно, конечно, очевидно, видимо, явно, пожалуй, возможно, может быть, якобы, really, certainly, indeed, of course, obviously, perhaps, possibly, probably.* ДМ достоверности маркируют оценку достоверности сообщаемого говорящим и степень близости языковой и внеязыковой реальностей.

В русском новостном дискурсе выделены ДМ *высокой степени* оценки достоверности (***действительно, конечно***), ДМ *«зрительной» достоверности* (***очевидно, видимо, явно***), ДМ ***пожалуй,*** ДМ *невысокой* (***возможно, может быть***) и *низкой* (***якобы)*** степени оценки достоверности. В английском новостном дискурсе выделены ДМ *высокой степени* уверенности в достоверности сообщаемого (***really, certainly, indeed, of course***), ДМ *«зрительной»* достоверности ***obviously,*** ДМ *невысокой* степени оценки достоверности сообщаемого (***perhaps, possibly, probably***).

В русских новостных сообщениях ДМ, выражающих неуверенность или сомнение в достоверности сообщаемого ***(возможно, может быть, якобы***) составили 40% от общего числа примеров, в то время как 31% составили ДМ высокой оценки достоверности.

В английских новостных сообщениях присутствует большее количество ДМ, отражающих высокую степень оценки достоверности сообщаемого (***really, certainly, indeed, of course***). Эта группа составила 73% от общего числа примеров, а на ДМ невысокой оценки приходится 19%. Наиболее частотной единицей среди ДМ достоверности является ***really***, в то время как в русском это маркер ***возможно***.

Итак, «дискурс» и «дискурсивные маркеры общения» являются весьма актуальными аспектами в настоящее время, так как нормальное

функционирование коммуникативного взаимодействия обеспечивается употреблением в речи разных дискурсивных слов, которые являются необходимыми средствами обеспечения удачности коммуникации.. В данной статье мы охарактеризовали термин «маркер общения», рассмотрели влияние генфактора и употребление дискурсивных маркеров в жанре устного бытового диалога, дали понятие относительно новому понятию – этнометодологии. Также мы рассмотрели «дискурсивные маркеры» или «вводные слова» с точки зрения новостных сообщений как в русском, так и в английском языках.

Литература

1. *Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С. 136-137*
2. *Макаров М.Л. Основы теории дискурса /М.Л. Макаров. – М.:ИТДГК «Гнозис», 2003. – С.119. /http://www.ncstu.ru/*
3. *Дискурсивные слова русского языка: опыт контекстно – семантического описания / под ред. К. Киселевой и Д. Пайара.- М., 1998.*
4. *http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html*
5. *http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html?page=0,7*
6. *Сарафанникова Е.В. Дискурсивный маркер НО (BUT) в реализации некоторых характеристик телевизионных новостных сообщений /Е.В. Сарафанникова // Инновационные процессы в лингводидактике: сб. науч.тр. – Воронеж, 2005.– Вып. 3. – С. 91-102.*

Панькова И., Шпортько К.

10 класс, МОУ «Гимназия №17» (г. Электросталь)
Научный руководитель: *учит.англ.языка* ***О.А. Новикова***

Football and Football Vocabulary

Sport has always been an essential part of the civilization. Since ancient times people have been enjoying the energy and grace of physical activity. Some games date back to pagan festivals, for instance various ball games are the symbolic rituals dedicated to the Sun.

There are some different games known as football. Most of the modern codes of football have their origins in England. The word “football” (or “foot ball”) is generally associated with the action of the foot kicking a ball. Though there is a historical explanation, showing that the word “football” originally referred to a variety of games in medieval Europe, which were played on foot. These games were usually played by peasants, as opposed to the horse-riding sports (such as polo) often played by aristocrats.

The Middle Ages saw a huge rise in popularity of annual “mob” Shrovetide football matches throughout Europe, particularly in England. It was played between neighbouring towns and villages, involving an unlimited number of players of opposing teams, struggling to move an item such as an

inflated pig's bladder, to particular geographical points, such as their opponents' church.

Numerous attempts have been made to ban football games, particularly the most boisterous and troublesome forms. In 1363, King Edward III of England issued a proclamation banning "*...handball, football, or hockey; coursing and cock-fighting, or other such idle games"*, showing that "football" – was being differentiated from games involving other parts of the body, such as handball. The reasons for the ban were explicit: football and other recreations distracted the masses from practicing archery, which was necessary for war.

In 1608, the word "football" was used disapprovingly by William Shakespeare. Shakespeare's play King Lear contains the line: "*Nor tripped neither, you base football player"* (Act I, Scene 4). Shakespeare also mentions the game in A Comedy of Errors (Act II, Scene 1)

English public schools were the first to codify football games. First of all, they took football away from its "mob" form. Secondly, teachers, students and former students from these schools codified football games, to enable matches to be played between schools. Finally, some English public schools favoured a game in which the ball could be carried; while others preferred a game where kicking and dribbling the ball was promoted.

The division into these two camps was partly the result of circumstances in which the games were played. For example, Charterhouse and Westminster at the time had restricted playing areas; the boys were confined to playing their ball game within the school cloisters, making it difficult for them to adopt rough and tumble running games.

During the early 19th century, most working class people in Britain had to work six days a week, often for over twelve hours a day. They had neither the time nor the inclination to engage in sport for recreation and, at the time, many children were part of the labour force.

Public schools' dominance of sports in the UK began to vanish after the Factory Act of 1850, which significantly increased the recreation time available to working class children. Before 1850, many British children had to work six days a week, for more than twelve hours a day. These changes mean that working class children had more time for games, including various forms of football.

The spreading of football in Russia started in 1895 with the habit of English experts to play football for pleasure on the territory of Hopper's Electro-mechanical plant in Moscow. The first attempts to introduce football as a part of the working class pastime were made in Moscow Region in Orekhovo-Zuyevo. The originators of this activity were two English engineers. Harry Charnock was the director of Vikula Morozov's textile factory and his brother Clement made the first try to make football popular among the workers to divert them from drinking.

The first attempts to promote football, though, met local society resistance, fueled by strict religious beliefs. In particular the Old believers didn't like the uniform which was white and blue and displayed the knees of sportsmen. An interesting fact is that the T-shirts, sweaters and shoes were ordered in England, but the shorts were supposed to be made by the players themselves. At first football was played on vacant lawns in the courtyards. Later each barrack of the factory had its own football pitch.

Despite of all difficulties, football was making its way into Russia, gaining more and more new fans. The game became close and clear to the workers, by its very spirit was akin to the Russian character. The popularity of football in our country is difficult to overestimate. Football is a social event. It is quite natural that together with football code our country accustomed almost everything connected with it starting with football terminology and ending with the subculture of football fanatics – hooligans.

Studying the material on football in Russia we got interested in loan words in football vocabulary. ***A loanword (or loan word)*** *is a word borrowed from one language and incorporated into another*. Certain classes of words are more commonly borrowed than others, usually words for exotic concepts or ideas. What is "exotic" varies from language to language. It is quite natural for sport terms to be borrowed because sport is a complicated phenomenon that includes lots of different objects which may not exist in the everyday life, culture and vocabulary. Tennis, basketball, volleyball, curling and other team games which originated in English-speaking countries introduced a lot of loan terms in Russian sports vocabulary.

It doesn't concern football though .We noticed that initially the vast majority of terms were translated into the Russian language (For example: вратарь, судья, передача). Some of the words were simply translated, others were localized, that is a Russian word, which conveyed the general idea of the object belonging to football, was chosen to convey the idea (поле, ворота, нападающий, защитник).

There were, surely, lots of reasons for this. It seems to us that such localization was important in Russia to make the game more popular and understandable. Firstly, as it has already been mentioned, originally football in our country was promoted among simple factory workers who couldn't speak any foreign languages. Secondly, during the Soviet period with its xenophobic atmosphere there was no chance for such a mass game to have a lot of foreign terminology. Consequently, the modern football vocabulary in Russia represents the fallowing correlation: only about 45% of the vocabulary of this English game is loan words borrowed from the English language, where as, Russian terminology forms more than 50%. During more than a hundred years of the football history in Russia a number of Russian terms appeared. We should note that some notions in football have got both Russian and foreign terms.

Nowadays the political situation differs a lot from that of 60-70 years before, we are living in the world where sport has no boarders. It is a natural process that the English language, being an international one, influences the Russian language intensively. Modern commentators use a number of English football terms in their reports. Sportsmen as well as football fans widely use these words too. Almost everybody in Russia, who likes football, understands now that «форвард» means «нападающий», «хавбек» – «полузащитник» and «лайнсмен» is «судья на линии». Let alone Russian football fans that have slang relevant to their subculture.

Having studied the Russian football fans' slang, we found out that there are also many loan words in it. It is absolutely clear that some of the words were borrowed from the British hooligans' slang and are used transliterated.

Summarizing our findings on football, we should mention that we have viewed only general ideas, objects and notions concerning the game. During the history of football spreading worldwide this sport has acquired national peculiarities in each country. International football championships become real world festivals attended by thousands of supporters and watched by millions of football lovers. We strongly support the idea that our work will be interesting for the wide range of people as the interest to football is growing in connection with the 21st FIFA Championship which will be hold in Russia in 2018. Having learned a lot about the origin and development of football we realized the immense role of England in popularizing team games and the great influence of the English language as the international one.

Литература

1. Ланфранши П., Айзенберг К., Мейсон Т., Валь А. FIFA 100 лет. Век футбола. – М.: Махаон, 2006, с. 312.

2. Реднеджер К. Футбол. Полная иллюстрированная энциклопедия мирового футбола. – М.: Росмэн-Издат, 2000, с. 256.

3. http://www.profanat.ru/futbolisty-drevnego-kitaya/

4. http://opexobo-3yebo.ru/history/kraeved/24-v.-s.-lizunov-g.-orekhovo-zuevo-morozovy-i.html

Подгорная К.

6 курс, вечернее отделение, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **М.Н. Николаева

Использование национально-маркированных лексических единиц в американских рекламных текстах

В жизни каждого народа есть свойственные только ему специфические реалии культуры, быта, среды, которым в иной культуре соответствуют полные или частичные пробелы, своеобразные лакуны. Все эти реалии находят отражение в языке, прежде всего, в виде языковых обозначений данных специфических элементов, несущих культурный отпечаток.

Огромный вклад в изучение проблемы «язык и культура», связи языка и культуры, рассмотрение социальной обусловленности содержания семантики слова внесли такие лингвисты, как Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров; Н.Г. Комлев; Т.Д. Томахин, О.С. Ахманова, С.Г. Тер-Минасова, В.В. Ощепкова и др.

Для обозначения культурно-специфичных слов, отражающих фоновые знания, то есть знание реалий и культуры, которыми взаимно обладают говорящий и слушающий, в научной литературе используются разные термины: фоновая лексика, культурно-маркированные слова, фоновая информация, национально-маркированные единицы, реалии, лакуны, культуремы и др. Овладение лексическими единицами, составляющими фоновые знания, является одним из основных условий коммуникации.

Вопрос о национально-маркированных лексических единицах, являющихся составной частью рекламного текста представляет особый интерес. По данной проблеме практически не имеется публикаций, и вопрос остается неисследованным, так как до сих пор национально-маркированные единицы рассматривались как лингвистические единицы вне текста, не учитывались функции этих слов в контексте рекламных сообщений.

Реклама представляет собой отражение жизни общества, как в материальной, так и духовной сферах. Реклама – это история страны, ее настоящее и будущее.

Язык рекламы влияет на восприятие товара или продукции его обладателями или потенциальными потребителями – носителями языка. Язык рекламы формирует восприятие определенной информации адресатом с учетом социолингвистических, психолингвистических и лингвокультурологических особенностей той языковой среды, в которой данный адресат существует, т.е. с учетом фоновых знаний адресата.

Основным требованием, предъявляемым к созданию рекламного текста, является максимум информации при минимуме слов. Поэтому в рекламных сообщениях можно наблюдать крайне высокую концентрацию разнообразных стилистических приемов. Оригинальность, неповторимость, занимательность отличают художественную сторону таких текстов. В текстах рекламы часто используются национально-маркированные лексические и фразеологические единицы с целью апелляции к фоновым знаниям потребителя и создания в его сознании позитивного отношения к рекламируемому товару.

В рекламе США можно видеть отражение культуры этой страны, образа жизни, нравов, обычаев, специфических черт национального характера, особенностей американского варианта английского языка. Исследования американских рекламных текстов показывают, что в них можно встретить большое количество американизмов – национально-

маркированных лексических единиц, отражающих специфические реалии культуры США.

Американские рекламные тексты отражают фоновые знания жителей США, их национальный характер и идею. Американцы ценят независимость, энергичность и трудолюбие, стремление к успеху. Кроме того, они настоящие патриоты своей страны, хорошо знают и почитают не только государственные символы, но и символы штатов и отдельных городов, поэтому топонимы и лексические единицы, отражающие национальные символы часто встречаются в рекламе:

"The Beer That Made Milwaukee Famous" (Милуоки – крупный город штата Висконсин);

"*The man from Del Monte says yes – Del Monte" (*Дель Монте – курортный город в Калифорнии, а также название железной дороги);

"Brewed with Pure Rocky Mountain Spring Water" (Скалистые горы – горная система в системе в ситеме Кордильер на западе США и Канады);

"Poland Spring. What it means to be from Maine" (В штате Мэн на северо-востоке США есть город Поланд и горный источник с таким же названием);

"Ford is the Best in Texas";

"DKNY Jeans – The official uniform of New York";

"Your choice of bankruptcy attorneys in Silicon Valley" (Кремниевая Долина – регион в штате Калифорния, отличающийся большой плотностью компаний, связанных с производством компьютеров и их составляющих);

"Making the American Dream Come True";

"From the Land of Sky Blue Waters" («Край небесно-голубых озер» – так переводится название штата Миннесота);

"See the USA in your Chevrolet".

Нередко встречаются лексические единицы, отражающие национальную кухню Америки, в основном блюда так называемого «фастфуда»:

"Candy-Coated Popcorn, Peanuts, and a Prize, that's what you get in Cracker Jack"

"Fresh roasted turkey with all the trimmings – just like mom's!!!" (roasted turkey and all the trimmings – индейка и всё, что к ней положено);

Pork tenderloin in horseradish sauce with rice, veggies and homemade bread» (veggie в американском варианте английского языка означает «овощ» в отличие от британского «вегетарианец»);

*"Oh you need fluff, fluff, fluff to make a fluffer nutter, Marshmallow fluff and lots of peanut butter" (*Marshmallow – аналог пастилы. В США на пикниках его жарят на костре, накалывая на палочки);

"Baseball, Hot Dogs, Apple Pie and Chevrolet"

Частое употребление в рекламных текстах национально-маркированных единиц, относящихся к кухне США, свидетельствует о том, что не зря американцев называют «жующей нацией».

Кроме того, довольно часто используются национально-маркированные единицы из сферы культуры, искусства, средств массовой информации:

"Alfa Romeo. Beauty is not enough" ("The world is not enough" («И целого мира мало») – одна из частей так называемой «бондианы», серии фильмов об агенте 007);

"Don't worry! Be huggies! Be happy! Be huggies!" ("Don't worry! Be happy!" – название и слова популярной песни Бобби Макферина);

"You can't resist the twist.

В текстах американских рекламных сообщений встречаются также рекламные национально-маркированные единицы, то есть слоганы конкурирующих компаний:

"The beer that made Milwaukee jealous ...";

"7Up – The Uncola";

*"A silly millimeter longer" (*Компанию – производителя сигарет вдохновила реклама конкурента: «A "100 millimeter" long cigarette»).

Реже всего в американской рекламе используются исторические и литературные аллюзии. Таким образом, можно сделать вывод, что рекламодатели, обращаясь к массовому потребителю, стараются привлечь внимание американцев с помощью наиболее известных и близких им понятий.

Учет фоновых знаний покупателей способствует эмоционально-ассоциативному восприятию словесных товарных знаков, так создается их связь с национальной культурой. Именно национально-маркированная лексика воздействует на чувства, желания, ценные ориентации потребителей. Проводя анализ лексики рекламного текста, можно понять, какими нравственными ориентирами на данном этапе руководствуется современное общество.

В переводной американской рекламе до сих пор встречаются реалии-американизмы, первоначально не всегда понятные русскому потребителю. Дальнейшее и более детальное изучение проблемы национально-маркированных единиц в американских рекламных текстах позволит решить эту проблему и интерпретировать американскую рекламу понятным для россиян языком.

Литература

1. *Мамонтов А.С. От теории к практике //Кросс-культурный анализ в аспекте рекламоведения. – 2005, с. 111-116. [Электронный ресурс]* ***http://www.mosgu.ru/nauchnaya/ZPU/2005_1/Mamontov/index.pdf***
2. *Томахин Г.Д. Реалии-американизмы. – М.: Высшая школа, 1988. – 234с.*
3. *Томахин Г.Д. Реалии в языке и культуре//ИЯШ. – 1997. – №3. С.13-18.*

Подсекаева М., Меркина А.

3 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **А.В. Леонтьева

Сравнительная характеристика гендерных особенностей (на материале разговорного варианта английского и русского языка)

Изучение дистинктивного употребления языка мужчинами и женщинами сформировало в последнее десятилетие новую область в российском языкознании, которую А.В. Кирилина назвала лингвистической гендерологией. В центре подобных исследований находится так называемый «гендер». «Гендер» (англ. gender, от лат. genus «род») – социальный пол, определяющий поведение человека в обществе и то, как это поведение воспринимается. В настоящее время считается, что в любом обществе, при исследовании в нем социально-функциональной стратификации языка, всегда будут обнаружены некоторые особенности речевого поведения женщин в отличие от речевого поведения мужчин.

Еще до того, как исследования разговорной речи и речевого поведения мужчин и женщин стали целенаправленными и системными, существовали так называемые «народно-лингвистические» представления о женской речи, например: женщины любят задавать вопросы; женщины болтливы; женщины сквернословят и употребляют грубые, резкие выражения реже, чем мужчины; женщины более вежливы. При этом речь мужчин и их речевое поведение рассматривались как норма, а речь и речевое поведение женщин – как отклонение от нормы. Эти представления о женской речи и их речевом поведении находило подтверждение в наличии пословиц, поговорок, устойчивых выражений, ориентированных на эту проблематику. Например, в русском языке существуют такие пословицы: *У бабы язык что помело; Приехала баба из города, привезла вестей с три короба*. Подобные пословицы есть и в других языках, например в английском языке: *A woman's tongue wangs like a lamb's tail; Many women – many words, many geese – many turds.*

Исследования, проведенные на базе русской письменной речи обычных носителей языка установили определенные статистические закономерности, свойственные мужскому и женскому стилям письма. Было установлено, что женщины употребляли больше местоимений и частиц, в речи женщин также наблюдалась тенденция к более частому употреблению частиц «не» и «ни», а у мужчин – к более частому употреблению существительных. Было выявлено, что мужской письменной речи, при сравнении ее с женской, присущи следующие особенности: предложения по своей длине в среднем короче женских; большая частота грамматических ошибок; реже встречаются

восклицательные и вопросительные предложения; реже используются неполные предложения и эллиптические конструкции; обратный порядок слов менее свойственен мужской письменной речи. Отличительная черта мужской устной речи – стремление к оригинальности, отклонению от стандартов, нормы. Отсюда – использование жаргонов, нецензурных слов. Такое отношение к норме проявляется и в большем количестве ошибок. Отличительная черта женской устной речи – стремление к соответствию стандарту, норме. Отсюда – следование языковым нормам, употребление книжной лексики, а также речевых клише и штампов, нейтральных слов и эвфемизмов. У мужчин наблюдается большее разнообразие словаря, чем у женщин. В речи мужчины реже используют отрицание.

Для английского языка в Великобритании и США, социолингвистическими исследованиями было установлено, что в целом женщины используют больше престижных стандартных вариантов в произношении. Было выявлено, что в разговорах внутри своих групп (все мужчины/все женщины) женщины свободнее описывают и обсуждают свои чувства, чем мужчины, которые предпочитают неличные темы. Известное исследование П. Фишман и других лингвистов показали, что женщины чаще, чем мужчины выполняют всю «черную работу» по поддержанию разговора с мужчинами, используя разнообразные вербальные средства (вопросы, частицы), сигнализирующие о внимании к говорящему, и в целом способствуя тому, чтобы разговор шел от темы к теме и от одного собеседника к другому. Мужчины, напротив, больше заняты обсуждаемой темой и не обращают особого внимания сглаженную смену тем или собеседников. Одно из проявлений вербальной агрессии – перебивание собеседника было значительно чаще отмечено среди мужчин, чем женщин.

В последние несколько десятилетий постоянно увеличивается количество исследований и публикаций, посвященных изучению виртуальной реальности. Сюзанна Херринг установила, что длина мужских сообщений в целом больше, их количество также преобладает. Мужчины чаще используют оскорбления, сленг, утвердительные заявления, средства саморекламы, иронии и сарказма, задают меньше вопросов, и «высказывают меньше электронных извинений». Женщины произносят больше извинений, благодарностей, реже перебивают друг друга и пр. Описывая мужские и женские стили общения, С. Херринг утверждает, что мужской стиль может быть охарактеризован как стиль коммуникативного соперничества, а женский – коммуникативного сотрудничества. В работе Д. Витмер и С. Кацман указывается, что при участии в группах новостей и тематических группах женщины используют смайлики гораздо чаще, чем мужчины.

Литература

1. Горошко Е.И., Кирилина А.В. Гендерные исследования в лингвистике сегодня // Гендерные исследования, № 2/1/ 1999: Харьковский центр гендерных исследований. – М.,1999.- С.234-241.

2. Лебедева, Н.Б. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования / Н.Б. Лебедева // Вестник БГПУ, № 1, 2001

3. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Изд-во Институт социологии РАН, 1999. – (с. 180).

4. Потапов В.В. Современное состояние гендерных исследований в англоязычных странах / В.В. Потапов // Гендер как интрига познания. – М.: 2002. – (с. 94-117).

5. Coates J. Gossip revisited language in all-female groups // Coates J., Cameron D. Women in Their Speech Communities. – published in the USA by Longman Inc., 1988. (с. 94-123).

6. Crystal, D., Language and the Internet. – Cambridge, 2001.

7. Deborah Tannen You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation (с.15, 59)

8. Herring, S., Gender Differences in Computer-Mediated Communication: Bringing Familiar Baggage to the New Frontier, 1994, http://www.cpsr.org/.

9. McCormick K.M. Gender and language. In: The Encyclopaedia of Language and Linguistics. R.E. Asher, J.M. Simpson (eds.). Volume 3. Oxford, Pergamon Press, 1994. (с. 1353-1360).

10. Talbot M. M. Language and gender. An introduction. Polity Press, 1998.

Соколова И.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт,
Научный руководитель: *канд. филол. наук* ***Н.А. Егорова***

Гастрономические метафоры английской прессы

Термин «метафора» принадлежит Аристотелю, который трактовал ее исходя из понимания искусства как подражания жизни. Метафора Аристотеля почти неотличима от любого тропа – гиперболы, синекдохи, сравнения, олицетворения или уподобления. Во всех перечисленных случаях присутствует перенесение смысла с одного понятия на другое. Исследование метафоры стало одним из важнейших направлений современной когнитивной лингвистики, которая в изучении рассматриваемого феномена полностью отказалась от традиционного взгляда на метафору как на «сокращенное сравнение» и один из способов «украшения» речи.

Полное переосмысление роли метафоры в процессе познания мира человеком связано с возникновением когнитологии и одного из ее направлений, переживающего бурный рост в последние десятилетия, когнитивной лингвистики. Когнитивная лингвистика – это научное направление, «в центре внимания которого находится язык как общий когнитивный механизм» [Демьянков 1995, с. 304].

Современная когнитивистика (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Н.Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова и др.) рассматривает метафору как основную ментальную операцию, как способ познания, структурирования и объяснения мира. Одним из постулатов когнитивной науки является утверждение о том, что человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, создает при помощи них метафор мир, в котором живет.

Процесс познания мира возможен благодаря тому, что метафорические модели, своего рода схемы, по которым человек думает и действует, заложены в понятийной системе человеческого разума. В связи с этим наблюдения за функционированием метафор признаются важным источником данных о функционировании человеческого разума.

Для описания метафорической модели необходимо охарактеризовать следующие элементы:

1) исходную понятийную область или сферу-источник, то есть семантическую сферу, к которой относятся охватываемые моделью слова в первичном значении;

2) новую понятийную область или сферу-мишень, то есть в семантическую сферу, к которой относятся охватываемые моделью слова в переносном значении;

3) типовые для данной модели сценарии, которые отражают наиболее характерные для исходной понятийной сферы последовательности ситуаций;

4) относящиеся к данной модели фреймы, каждый из которых понимается как фрагмент наивной языковой картины мира и которые структурируют соответствующую понятийную область. По определению В.З. Демьянкова, фрейм – «это единица знаний, организованная вокруг некоторого понятия, но, в отличие от ассоциаций, содержащая данные о существенном, типичном и возможном для этого понятия…» [цит. по: Кубрякова и др., 1996, с. 188];

5) составляющие каждый фрейм типовые слоты, то есть элементы ситуации, которые включают какую-то часть фрейма;

По замечанию А.П. Чудинова, сценарий модели можно сопоставить с последовательностью кадров на кинопленке, фрейм – с отдельным кадром, а слот – с его частью. При этом сценарий модели сравнивается не с каким-то конкретным фильмом, а с типовым содержанием фильмов определенного жанра (детектив, «мыльная опера» и т. п.). Соответственно фрейм – это типичный кадр из соответствующих фильмов (например, полиция преследует преступников), а слот – типовой компонент такого кадра.

6) компонент, который связывает первичные и вторичные значения единиц модели, то есть то, благодаря чему понятийная структура сферы

источника оказывается подходящей для обозначения элементов совсем другой сферы.

Учитывая тематическую принадлежность исходной понятийной сферы, различными исследователями были выделены несколько групп метафор: метафора зооморфная, медицинская, музыкальная, природная, антропоморфная (Т.С. Вершинина, Л.М. Алексеева, С.Л. Мишланова). В.П. Москвин, выделяя гастрономическую метафору, отмечает, что метафоры с исходной понятийной областью «еда/пища» формируют значительный фрагмент языковой картины мира. К данному тематическому классу метафоры относятся образные обороты речи, выражения, относящиеся к процессу приготовления и потребления пищи, употребляемые для описания несвойственных явлений или объектов.

Предметом анализа в нашей работе являются гастрономические метафоры функционирующие в качественной английской прессе и используемые для описания внешности и характера человека.

Фрейм «Внешность человека». В данной группе анализируются метафоры, которые характеризуют формы и пропорции человеческого тела, а также особенности отдельных его частей.

milk and roses – кровь с молоком

The Edgar Wallace trademarks are traditionally tough, tanned and unfailingly, cheerfully positive heroes saddled with heroines of gritty determination **and milk and roses complexion**, while sinister figures lurk just outside the streetlamp's ray and might possibly be a detective …

as two peas – похожи как две капли воды

Managers and their assistants are **like two peas in a pod**.

pudding – толстый, круглый

Holding a cigar between his **oatmeal-pudding-shaped fingers**, and occasionally stuffing one end of the cigar into his **oatmeal-pudding-shaped** face, Hall would roll around repeating his trademark catchprase – "monster, monster"…

Гастрономические метафоры, относящиеся к фрейму «Характер человека», более многочисленны и описывают различные стороны личности человека: волевые качества, умственные способности, отношение к работе, собственности, другим людям, особенности эмоциональной сферы. Например,

to be as keen as mustard – быть очень энергичным, живым

So today's the day in the Glasgow byelection, and, desperate for something to lift the party, Labour is fighting for every vote. One canvasser, keen as mustard, phoned a certain William Bain to ask the household if they would be supporting Willie Bain, Labour's candidate.

cool as a cucumber – невозмутимый, хладнокровный

For what it's worth, this correspondent's take was that Mr Cameron was a little more nervous than his usual cool-as-a-cucumber style, and Mr Davis

managed to sound more authoratative and better-briefed than the young frontrunner.

to look as if butter wouldn't melt in one's mouth – притворяться тихоней

It goes hidden and then the charming man when butter wouldn't melt in his mouth, cannot be believed by others to be so despicable.

Секция «Страноведение, литературоведение и межкультурная коммуникация»

Акимова Е., Кузьмина Т.
МОУ «СОШ № 16 УИОП» (г. Электросталь)
Научный руководитель: *учит.англ.языка* ***И.П. Соколова***

Rosamunde Pilcher: popular and unknown

I asked my classmates:

– What contemporary British writers do you know?

The first names that come up at once are Joan Rowling with her "Harry Potter series", W.S. Maugham, A. Christie… And that's practically all.

When I mentioned the name of Rosamunde Pilcher, nobody seemed to know it.

So, the aims of my work are

1) To popularize Rosamunde Pilcher's work
2) To draw Russian reader's attention to her works through the Internet and in other ways
3) To try my hand at translation her story "The Blue Bedroom" in the original

To get you aquatinted with this writer I want to present her biography in short.

Rosamunde Scott was born into a family of a naval officer on 22nd of December 1924. She studied at private schools and later at the courses of typists. During the Second World War she worked first in the foreign office, and then in the women's Royal Naval Service, serving in Portsmouth Trincomale Ceylon with the east India fleet. After the war she married Graham Hope Pilcher and moved to Scotland. She and her husband live near Dundee, where she still lives today. They have 4 children and eight grandchildren. Though she has full hands to do with such a big family, she has been continuously writing for magazines, as well as thirteen novels.

Creative activity

Rosamunde Pilcher has had a long and distinguished career as a novelist and a short-story writer. She began writing under the pseudonym Jane Fraser at the end of the 40's. She wrote romantic novels. Rosamunde Pilcher had been using this pseudonym up to 1965. From that time on, she published her books as Rosamunde Pilcher.

It was her phenomenally successful novel, The Shell Seekers that captured the hearts of all who read it. It was the real breakthrough in Pilcher's career.

Here is the list of her books translated and not yet translated into Russian. May be my work can persuade you to translate ore al least to read them in the original, which is essential.

Sleeping Tiger, Another View, The End of Summer, Snow in April, The Empty House, The Day of the Storm, The Shell Seekers, September, Coming Home, Winter Solstice, The Blue Bedroom and Other Stories, Flowers in the Rain: And Other Stories.

In 1997 the writer was honored with Prize Bambi.

Pilcher retired from writing in 2000.

Two years later she was awarded an Officer of the Order of the British Empire.

I tried to translate one of the most well known short stories "The Bue Bedroom" and to make you understand, what it is about, I'll give you the plot of the story in a nutshell.

It is quite simple.

Emily, a teenager, has completely lost her self-confidence after her mother's death. She is a failure at school and thinks she is unwanted and not loved in the family. But she seems to be efficient, when her step-mother is giving a birth to a child. And after everything finishes quite well, her world isn't so gloomy any more, and her life may start anew.

I have chosen the story The Blue Bedroom, because it is quite typical of Rosamunde Pilcher's manner of writing. Here is what I have done.

As the sun slipped down out of the sky and long shadows grew and stretched out over the sandy dunes, the beach emptied. Mothers called to reluctant children, coaxing them out of warm shallows of summer flood tide. Sleepy sunburned toddlers were strapped into pushchairs, picnic baskets were repacked, missing sandals and towels finally run to earth.	Когда солнце скатилось с неба за горизонт и длинные тени растянулись по песчаным дюнам – пляж опустел. Мамы звали непослушных детей, вытаскивали их из теплых вод летнего залива. Сонные загорелые малыши были усажены в коляски, корзинки с едой – снова собраны, потерянные сандалии и полотенца, наконец, возвращены на место. К семи часам пляж опустел. Остались лишь спасатель, сидящий в высоком кресле под пляжным зонтом; несколько отставших серфингистов, женщина с надоедливой собакой.
By 7 o'clock the beach was almost deserted. Only the lifeguard, sitting in his champ chair by the beach hut; a couple of determent surfers; a woman with rambunctious dog.	
Now everything was eggshell blue, with a fitted pale blue carpet, and beautiful satin curtains lined with the palest yellow. The old brass bed had gone, and in its place was a	Теперь все было бледно-голубого цвета с подходящим по цвету бледно-голубым ковром, с красивыми атласными занавесками в бледно-желтую полоску. На месте старой

luxurious king-size divan, frilled in the same material as the curtains, and draped in a white muslin canopy that was suspended from a gilded coronet, high on the wall. There were a lot of white furry nigs, and the bathroom was lined in mirror glass and glittering with enticing bottles and jars. And everything smelt of lilies-of-the-valley. It was Stephanie's own scent. But Emily's mother had always smelt of Eau-de-Cologne and face powder.

кровати теперь стоял большой роскошный диван, обитый той же тканью, что и шторы; драпированный белым нетканым муслином, свисавшим сверху с позолоченного балдахина. В комнате было много белых пушистых ковриков, в ванной висело большое зеркало и было расставлено множество привлекательных сверкающих баночек и бутылочек. Все здесь пахло ландышем. Это был собственный аромат Стефани. От мамы пахло одеколоном и пудрой.

A family. Everything had changed, everything was different, but that didn't mean that it couldn't be good. When she had seen the doctor off, and watched his car disappear around the curve of the drive, Emily did not immediately return indoors. It was growing dark now, the garden dusky and sweet-scented after the long, hot day. The first of the stars shone from a sapphire-colored sky. A beautiful evening. Just the right sort of evening for a person to start living. Just the right sort of evening for a person to start growing up.

Семья. Все изменилось, все было другим, но это не означало, что стало хуже. Когда Эмили проводила доктора и дождалась, когда машина исчезнет за поворотом, она не спешила вернуться в дом. Темнело, в саду дивно пахло после жаркого долгого дня. Первая из звезд загорелась на сапфирового цвета небе. Прекрасный вечер. Лучший вечер, чтобы начать жить. Лучший вечер, чтобы начать взрослеть.

In conclusion I must say that it was really exciting to discover the multicoloured world of Rosamunde Pilcher.

It is inhabited by simple, but kind-hearted, strong-willed and honest people. The more you get them to know, the more you understand and like them. Her novels may seem sentimental, because of touching plots and "happy end", but nevertheless you can not stop reading them and always want to read more.

Бродецкая Е.

10 класс, МОУ «Гимназия №17» г. Электросталь
Научный руководитель: *учит.англ.языка* ***В.К. Габолаева***

National and Cultural Peculiarities of English Humor

Human beings have already been laughing for many thousands of years. Laughter can be different. It is sometimes angry or sometimes merry.

We laugh, when we see something unexpected. The object of our investigation is the British joke, where peculiarity of national English character and culture are reflected like in the mirror. The national character of the English has been very differently described, but most commentators agree over one quality, which they describe as fatuous self-satisfaction, serene sense of superiority, or insular pride. We can talk about some general traits of character that cause a smile. The best known trait is reserve. If English people are making a journey by train, they try to find an empty compartment. If they have to share the compartment with a stranger, they may travel many miles without starting a conversation. E.g. Two Englishmen went on a journey round the world by the same train. They traveled separately and didn't know each other. Five months later as they were back across the Atlantic they accidentally bumped into each other this was the first time they had spoken. The larger one who caused the collision said, "Sorry, old chap". The other one said, "That's all right. Nice day for the crossing, isn't it?"

Closely related to English reserve is English modesty. If a person is very good at golf, and someone asks him if he is a good player, he will probably give an answer like "I'm not bad", or "I think I'm not bad" or "I think I'm quite good", or "Well, I'm very keen on golf". The famous English sense of humor is the ability to laugh at oneself, at one's own faults. "He is a man of humor" or "He has no sense of humor" is often heard in Britain, where humor is so highly prized. The typical English humor is ironical often directed against oneself in a mild self critical way. It is quite common to find good friends, playing jokes at each other or "pulling somebody's leg", as they call it. The English are considered to be cool slowcoaches. And they have a habit to make fun of this peculiarity of their character.

E.g. There are three fish men in a boat. "It's fine weather today, isn't it?", says one of them. Half an hour later the other man objected, "No, the weather is nasty today" Another half an hour passed and the third man pronounced, "Stop arguing, gentlemen!"

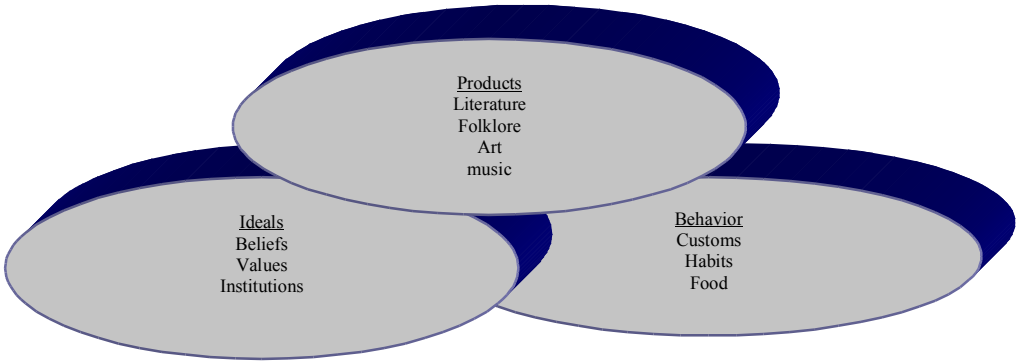
The English can understand and appreciate a good joke. But not all jokes can be translated into Russian. As for puns, or play on words, when translating from English, they lose their humorous base. Some of such jokes demand good knowledge of the language. The English never say what they mean, often quite the opposite. Their humor is partly based on an exaggeration of traits of their own character. Tact and diplomacy with the English are held up to ridicule.

They love irony and expect others to appreciate it too. The English are considered to be deeply serious people, which they are. This gives piquancy to the English sense of humor.

Humor is a complicated phenomenon, including different aspects of people's life. Here you can find puns, short funny and amusing stories about themselves, about the weather, about the government and even about the royal family. And it is not customary to feel offended.

It is sometimes very difficult to understand English humor. The main difficulty in international communication is the difference in background knowledge. So the representatives of different cultures behave differently according to their cultural norms.

One and the same situation may be differently depicted in different cultures.



There are three correlative categories of culture.

All of these elements contain humor. It may be caricature in painting, parody. The main theme of the British joke is social life.

E.g. "They say that Smith is getting married".

"Serves him right, I never liked the fellow".

Here we can see juxtaposition of real and unreal situations.

E.g. "Will you give up smoking for me?"

"Who said I'm smoking for you?"

These are two-line jokes. The punch line of these jokes is in the second sentence.

E.g. "My girl has lots of personality."

"My isn't good-looking either".

There are special kinds of jokes about relationships between men and women.

These jokes are usually based on contraposition of men's and women's characteristic.

"He is inquisitive--- she is nosy,

He shares information--- she gossips,

He explains--- she complains,

He is reflexive--- she is moody,

He is resolute – – – she is stubborn,

He loses his temper--- she is hysterical,

He is analytical--- she uses feminine logic”

Speaking about English humor we can’t help mentioning English folk-lore.

Limericks

Limericks are certainly not modern invention. In fact, they are so old: nobody is quite sure how they started. Irishmen began writing verses in rather peculiar way. A limerick is composed of five lines with lines one, two and five being longer than the third and fourth lines. They contain hyperbole, onomatopoeia, idioms, puns and other figurative devices. The last line of a good limerick contains the punch line or heart of the joke.

One of the first complete books of limericks to be published was called “A Book of Nonsense” It was published in 1846 and the author was Edward Lear.

We can find limericks even in the plays of great Shakespeare “Othello”, “King Lear”. Here are some examples of limericks.

There was a young lady of Niger,
Who smiled as she rode on a tiger.
They returned from the ride
With the lady inside
And the smile on the face of the tiger.

There was an Old Man on the Border,
Who lived in the utmost disorder:
He danced with the Cat,
And made Tea in his Hat
Which vexed all the folks on the Border.

There was an old man with a beard
Who said, “It is just as I feared
Two owls and a hen
For larks and a wren
Have all built their nests in my beard.

There was an old lady who said
When she found a thief under her bed,
“Get up from the floor
You are too near the door
And you may catch a cold in your head.

Conclusion

In conclusion we should say that English humor is a vivid reflection of the peculiarities of English character. English jokes cover almost all spheres of people’s life. In our work we have made an attempt to prove that English humor

is the main way to learn more about peculiarities of English people. And English joke is an essential part of English culture.

Литература

1. Мурадов Э.Н. Веселая смесь; сборник юмора на английском языке. – М.Астрель; 2005.

2. Мурадов Э.Н.Такова жизнь; сборник юмора на английском языке. – М. Астрель 2006

3. Белл Д, Белл Б. Английский с улыбкой (Keep smiling) – M Stigma Press,1996

4. Satinova V. F. Read and speak about Britain and the British. Мн. Высшая Школа 1996

5. Кулинич М.А. Лингвокультурология юмора. М.Самара; издательство СГПУ, 2004

Бурцева А.

5 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Е.Г. Котова

Имена-клички животных в народном эпосе
(на примере английских мифов и сказок)

Во все времена человек может нормально жить и развиваться только в согласии с природой, не просто делая её удобной себе, но и считаясь с её требованиями. Только такое взаимоотношение людей и животных делает их совместное существование возможным. По сей день многие люди, имеющие домашних животных, или, заводя питомца, сталкиваются с вопросом, какую кличку ему дать, какое значении и какие последствия она может принести животному. Некоторые чересчур щепетильно относятся к кличке любимца, так как считают, что она может определить его характер и судьбу.

Зоонимы – имена различных животных, птиц и т.п. – особый отдел ономастики со своими традициями, которые различны у разных народов. Развитие многозначности зоонимов осуществляется путём переноса значения, названия. Исторически вторичные значения являются переносными, часто и фигуральными, но многие из них в настоящее время уже не осознаются в своих исходных качествах. Семантическое своеобразие этих сращений состоит в том, что в них всегда доминирует зоосемический компонент, выделяясь за счет противопоставления репрезентативного и фигурального значений. Например, в зоонимах: Let sleeping dog lie. Не буди лихо, пока оно тихо. Sleeping dog в англиком языке выступает в значении неприятная тайна, то, чего следует опасаться. В данном случае денотативное значение остаётся без изменений, в то время, как образность меняется в зависимости от того, какие ассоциации вызывает то или иное животное у носителя языка. Этот же образ скрытой

угрозы находит выражение в ФЕ: В тихом омуте черти водятся: 1. Beware of a silent dog & still water. 2. Dumb dogs are dangerous.

В английском языке латентная угроза ассоциируется со спящей собакой, а в русском – с нечистой силой, что восходит к народному фольклору, по-разному отражающему картину мира.

Полное совпадение зоонима в двух языках согласуется с вошедшей в поговорку вечной враждой между кошками и собаками. Agree like cats & dogs. Жить как кошка с собакой. Самыми неупотребительными в обоих вариантах английского языка являются слова: elephant, ram, goat, mule, fox, mouse.

Среди фразеологических единиц (ФЕ) с зоонимами в BE (British English) и AE (American English) есть такие, которые совпадают полностью. Например: as poor as a church mouse – бедный как церковная мышь; buy a pig in a poke – покупать кота в мешке; smell a rat – что-то подозревать; cry wolf – поднять ложную тревогу.

В данной статье даётся сравнительная классификация имён-кличек собак по их происхождению. Так, больше всего распространённых кличек собак произошло от древнееврейского и древнегерманского языков, так как эти народы были самыми многочисленными в древности, и, соответственно, множество животных было названо ими. Все остальные языки породили немного кличек, связанных с разными областями жизни этих народов.

В Англии царит настоящий культ четвероногих. Любой ребенок с раннего детства знает мышонка Micky Mouse и кролика Peter. Домашние животные разных пород имеют в Англии свои традиции именования. Так, среди домашних животных все еще достаточно распространены родовые имена: Puss, Kitty, Tib – для кошек, Tom, Jib – для котов. Имя, кличка Jack – для называния животных самцов (ослов, кроликов), ослиц нередко зовут Jenny; Billy называют козлов, Nanny – коз. Одной из наиболее популярных кличек попугаев является Polly, малиновки – Robin, любой другой домашней птицы – Dicky.

Очень древняя традиция коневодства привела к созданию специальных правил в наименовании лошадей. Так, традиционно, ломовые лошади, принадлежащие одной из крупнейших в Англии пивоваренных компаний «Уитбред», запрягаются попарно и, соответственно, получают парные имена типа: Might and Main; Thunder and Lightning; Pride and Prejudice; Pomp and Circumstance. Time and Tide; Royal and Sovereign; Union and Ulster; Winston and Washington.

Устойчивую группу кличек скаковых лошадей представляют собой слова и словосочетания, обозначающие какое-либо предполагаемое или действительное качество животного, особенность его нрава: Rapid River; Brave Lad; Quick Thinking; Pretty Fast; Be Gentle; Fast Motion; The Fast One; Happy Hunter; Flying Rocket; Swift.

Среди кличек скаковых лошадей много специфически мотивированных, в частности кличек, связанных с вероятностью выигрыша, деньгами, золотом, богатством и т.п.: Old Penny; Double Cheque; English Gold; Just a Chance; Gambler's Ace; Pocket Picker; Spanish Gold; King Midas; Bar Gold; Silver Reign; High Award Winning Hand. Широко распространены хвалебные клички, связанные с понятием величия, царственности, (royalty): Majesty; Claremont Queen; Black Regent; Regal Lady. В кличках жеребцов часто употребляются элементы boy или lad: Daring Boy, Merry Boy, Funny Lad, Rustic Lad. Соответственно, в кличках кобыл встречаются элементы girl, lass(ie) или Miss: Miss Scotland, Token Girl, Golden Girl, Miss Singapore, Linburg Lass.

Определенным распространением пользуются тематические имена по ассоциации с именами родителей. Примером могут послужить некоторые типичные ассоциативные имена животных эрширской породы молочного скота: телята от коровы по кличке Amethyst были соответственно названы: Topaze, Opal, Onyx, Pearl, Cameo (общая тема – драгоценный камень); телята от коровы Primula названы Peony, Magnolia, Poppy, Petunia (общая тема – цветы). Несколько кличек рабочих лошадей: кобылы Violet, Bonny, Beauty, Smiler, Jet, Jenny, Flower, Darling, Diamond; мерины Prince, Duke, Captain, Colonel, Blackbird, Boxer, Dragon, Short. Представляя клички скаковых лошадей, мы уже

Номенклатура кличек животных, занятых в сельском хозяйстве, на фермах, имеет довольно стройный и устоявшийся характер и отчетливо подразделяется на ряд семантических типов. Среди них мы встречаем личные имена: Oliver (гусь), Charles (ягненок), Tom Jones (ягненок), Othello (черный ягненок), Betsy (курица), Nelson (селезень), Molly, Polly, Dolly (три теленка); названия конкретных предметов: Salt и Pepper, Penny и Twopence, Mustard и Cress (все – имена ягнят). Среди собственных имен, ставших названиями литературных произведений, есть и многочисленные клички животных. Ч. Диккенс в своих романах создал целую галерею животных-героев: Boxer – собака в «Сверчке на печи», Bulls-eye, Pincher и Neptune – собаки в «Оливере Твисте», Daph, Juno – пойнтеры в «Записках Пиквикского клуба», Lion – собака в «Крошке Доррит». А кто не знает знаменитых героев произведений Р. Киплинга «Книга джунглей»: медведя Baloo, пантеру Bagheera, удава Каа, слона Hathi, волка Akela, шакала Tabaqui, а также тюленя Kotick, мангуста Rikki Tikhi Tavi, крысу Chuchundra!

Определенной популярностью пользуются и домашние животные, принадлежащие известным политическим и общественным деятелям прошлого и настоящего. У Ньютона была собака по кличке Diamond, которая, опрокинув свечку, сожгла труды хозяина. Верный пес короля Карла I Rogue проводил своего хозяина на эшафот. Известными персонажами – героями комиксов, рассказов в картинках, являются

медведь Rupert, мышь Teddy Tail, собачка Snoopy, такса Fred, кот Felix, заяц Harold Hare. Итак, кличка не только помогает людям ближе общаться с животными, но и несет информацию о животном в том смысле, что «ты дал имя, ты дал судьбу».

Голованова Д.

5 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: ст. преп. **Е.Б. Савельева

К вопросу об автобиографических мотивах творчества О. Уайльда

Английский писатель Оскар Уайльд (1854–1900) в конце XIX – начале XX века стал одной из самых притягательных фигур мировой литературы. Количество публикаций произведений писателя огромно и продолжает расти. Его пьесы не сходят с подмостков лучших театров мира. Ему посвящают не только научные исследования, но и романы, фильмы, телепередачи, его парадоксы обильно цитируют в любом кругу общества и всерьез, и в шутку. Через век после того, как Англия отвергла своего писателя, обвиненного в безнравственности, его имя появилось на одном из витражей Вестминстерского аббатства, в «уголке поэтов», где находятся могилы или памятные изображения самых великих и почитаемых писателей Англии. Оказавшись в ряду «великих», Уайльд резко выделяется из писательской среды одним необычайно редким качеством, несколько противоречащим самой специфике литературы. Будучи создателем знаменитого романа «Портрет Дориана Грея», прославленных комедий, изысканной «Саломеи», Уайльд, тем не менее, на протяжении многих десятилетий вызывал и продолжает вызывать интерес как личность, нежели чем его творчество.

Почему же тогда возник «феномен Уайльда», почему его творчество не может оторваться от его жизни (притом, что он не писал автобиографических произведений за исключением большого письма к Альфреду Дугласу, получившего название “De profundis”) и рассматриваться само по себе, вне субъективного фактора? Наиболее короткий ответ на этот вопрос мог бы звучать так: Уайльд сам этого хотел и сам этого добился.

Уайльд не воспользовался формой дневника толстовского типа для формирования своей личности — и это вполне понятно. В основе той линии, которая представлена Руссо, Франклином, Толстым, Жидом лежит обязательная предельная искренность (прежде всего перед самим собой). Искренность была чужда Уайльду, причем не из-за природной лживости, а по эстетическим основаниям. Он вступает в литературу через четверть века после утверждения в ней «искреннего реализма». Дневник, подобный

дневнику Гонкуров, он не смог бы вести: ему есть, что скрывать даже от самого себя и нет потребности рационалистически анализировать, каждый свой шаг по направлению к идеалу или в сторону от него. Зато не прямые, а косвенные формы осмысления и создания своего «второго я» оказались для Уайльда необычайно значимыми.

Эти косвенные формы самосоздания через посредство литературного произведения в мировой литературе представлены значительно шире. Они связаны с ощущением дистанции между «биографическим автором» и «автором художественным» (по терминологии Б.О. Кормана). Можно выделить два варианта решения проблемы. В первом случае писатель работает не столько над собой, сколько над своим образом. Он хочет предстать перед читателем (и в своих глазах, нередко, тоже) или лучше (умнее, нравственнее, тоньше, интереснее), или хуже (безумнее, безнравственнее, опаснее и т. д.), чем есть на самом деле.

Во втором случае «двойник» автора совершенно от него отрывается, это некий другой человек, или не имеющий никакого имени, или скрытый под постоянным псевдонимом, или имеющий в разных произведениях разные имена, или плод литературной мистификации. Уайльду все эти формы более близки.

В пояснении к своему письму “De profundis” О. Уайльд писал Р. Россу: «Когда ты прочтешь его, ты получишь исчерпывающее психологическое объяснение всех моих поступков, в которых посторонний взгляд может не увидеть ничего, кроме полного идиотизма и пошлой бравады. Рано или поздно истина должна стать, известна; может быть, это случится после моей смерти или даже после смерти Дугласа — но я не собираюсь на все времена остаться жалким посмешищем. По той простой причине, что я унаследовал от отца с матерью достойное имя, уважаемое в литературно-художественном мире, я не могу допустить, чтобы всевозможные Куинсберри вечно пользовались этим именем в своих целях. Нет, я не оправдываю своего поведения. Я просто объясняю его»

Не в меньшей степени Уайльда привлекали в литературе всяческие мистификации. Сама судьба предопределила этот его интерес. «Литературный человек», подобный Уайльду, просто не может пройти мимо литературных ассоциаций, вызываемых собственным именем. В «Портрете Дориана Грея» лорд Генри Уоттон произносит ключевую для Уайльда фразу: «Имя – это всё». Если не считать некоторые пародийные изображения Уайльда в современной ему литературе, он сам оказался создателем своего литературного образа, стал не только автором, но и литературным персонажем письма-романа, в котором произошел переход от исповеди и автобиографии к первой биографии Оскара Уайльда.

Есюнин И.
7 класс, МОУ «Лицей № 14», г. Электросталь
Научный руководитель: *учит.англ.языка* ***Е.А. Горских***

Символы Англии – портрет страны

Introduction

The aim of the work is to research what things are the most significant symbols of England and Englishness.

The world we live in is full of diversity. There are lots of things that make every country and every nation unique. For example, if you asked anybody to name a thing which could be associated with Egypt the answer would surely be "the Pyramids". In that way the Pyramids of Egypt may be called the ***icon*** of the country.

What makes something an icon?

- Icons are symbolic – they represent the country's culture, history or way of life.
- Icons are recognizable in a crowd – if no-one has heard of it or knows what it looks like, it cannot be an icon.
- Icons are amazing and surprising – they have hidden unexpected associations.

1. The top 100 icons that best represent England

In 2006 a two-year project, called ***Icons – a Portrait of England,*** was launched by the British government and ICONIC Online, a not-for-profit organization. For two years hundreds of thousands of people, both in England and abroad, took part in the project and nominated things they cherished most about or associated with England. ICONS really captured people's imaginations. Thousands of nominations were received. Debating which things are truly icons of England was all part of the process of creating the portrait of the country. As a result, the top 100 icons were chosen.

The list of things that best represent England includes all the famous historic sights, such as Buckingham Palace and Stonehenge; well known film and literature characters like James Bond, Winnie the Pooh and Sherlock Holmes; the English food and the English cars; customs and traditions; English sense of humor and eccentricity; and, of course, the English weather.

2. Icons of England from the Russian students' viewpoint.

Studying English at school, we learn much about Great Britain, its people, their customs and traditions. We have interviewed 20 students of our school. They were asked to name five things they most closely associated with England. The sights of London, the red busses and the red phone boxes were named by all the interviewed students. Then we introduced the list of the top icons of England according to the *ICONIC Online* survey. Some more symbols were recognized by the students. They also named the English icons they had never heard about

but found them curious. Three icons were chosen to learn more about: the V-sign, the bobby, a cup of tea.

3. The background of some icons of England

The V- sign

As the symbol of peace, the V-sign has become universal. It will forever remain associated with the wartime prime minister, Sir Winston Churchill. He popularized it during World War II. But the idea came from a Belgian refugee in Britain called Victor De Lavelaye. On January 4, 1941, Victor De Lavelaye made a BBC radio broadcast to his countrymen. He proposed the letter V as the emblem which symbolized the Victory. *V".*

De Lavelaye's campaign was taken up by the BBC, which began to broadcast the morse code for V. People in Nazi-occupied territories chalked Vs on walls, and made the V signal whenever possible.

Every time someone knocked on a door or rang a church bell, they should use the rhythm of Victory. De Lavelaye explained, "*The occupier, by seeing this sign, always the same, will understand that he is surrounded, encircled by an immense crowd of citizens eagerly awaiting his first moment of weakness, watching for his first failure."*

Such was the success of the campaign that the Germans tried to counter it with their own "V for Viktoria" project. They were too late, for the letter V was understood across Europe as an anti-Nazi sign.

The V for Victory gesture is now understood and used worldwide.

The bobby

The image of the friendly British 'bobby' in a strange looking helmet is known all over the world. But how the British police officer got this name?

In 1829, Sir Robert Peel founded new Metropolitan Police Force. He did it against powerful opposition. The policemen were called 'bobbies' or 'peelers' after Robert Peel. 3,000 men were recruited to organize eight divisions. Soon the 'bobby' or 'peeler', in his blue coat and top hat, was a familiar sight throughout London. The top hat made the officer look taller, and helped people recognize a policeman when they needed one.

Discipline was strict. Policemen were sacked for being late on duty, keeping bad company, drinking alcohol, being rude to the public. Policemen worked 10 hours a day, and walked about 20 miles on duty. It was forbidden to sit down or lean against anything. Just like today, bobbies were not allowed to carry guns, so police work could be very dangerous. In the 1860s, the top hat was replaced by the more practical helmet.

Just like in the past, the bobbies of England are not allowed to carry guns. Still, they are expected to assist the elderly across busy roads, as well as fight with criminals.

A Cup of Tea

Tea is an extremely popular drink all over the world. England even wasn't the first European country where tea had been brought from China. How a Cup of Tea became a part of the English national culture?

Tea came to Britain from China in the 16th century, but it was only for the very rich. It became cheaper when it was planted in India.

People from all classes started drinking it. But some people thought that too much tea was bad for their health. So they started putting milk in it, to make it healthier! According to another version, the English began to pour milk first into tea cups to protect fragile china from damaging by hot tea.

It is said that the fashion of afternoon tea was introduced in the early 1800s by the 7th Duchess of Bedford. It quickly became popular, and rich ladies started inviting their friends to their houses for a five-o'clock cup of tea. The guests were offered sandwiches (without crusts!), cakes, biscuit and sometimes fruit. Soon everybody was enjoying this exciting new meal.

But the British working population did not have afternoon tea. They had a meal after work, between five and seven o'clock. This meal was called 'high tea'. Some families in the north of England still have 'high tea'. It's a big meal with a main dish, bread and butter, and cakes. And, of course, lots of cups of tea!

It is useful to know that the question **'Would you like a cuppa?**' means **'Would you like a cup of tea?'** If someone says, **'Let me be mother'** or **'Shall I be mother?'** they are offering to pour out the tea from the teapot.

Conclusion

Some people argue there is no such thing as the English culture. They say all those invasions by the Normans and Romans simply left the English with a 'hotch potch' of other people's cultures. Paradoxically, this melting pot is what makes England unique. And today's multicultural communities make this mix even more interesting.

Литература

1. *Icons of England. http://www.icons.org.uk/introduction*
2. *National symbols of England. http://en.wikipedia.org/wiki/Symbols_of_England*
3. *Е.Р. Линдер, Л.К. Маслова. It is Interesting to Know. – Киев: Радянська школа, 1980.*
5. *Speak Out. Журнал для изучающих английский язык. М., Глосса-пресс./№6/2003, №1/2006, №2-3/2007, №2/2008*

Морозова М.

6 курс, вечернее отделение, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **М.Н. Николаева

Фразеологизмы-историзмы с лингвокультурным компонентом в английском языке

Английский язык имеет тысячелетнюю историю. За это время в нем накопилось большое количество выражений, которые люди нашли

удачными, меткими и красивыми. Так и возник особый слой языка – фразеология, совокупность устойчивых выражений, имеющих самостоятельное значение. А.В. Кунин рассматривает фразеологизмы как «устойчивые сочетания слов с осложненной семантикой, не образующиеся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний».

Особым пластом во фразеологической системе английского языка являются фразеологизмы, содержащие в своем составе лингвокультурный компонент. В семантике этих фразеологических единиц отражен долгий процесс развития культуры народа, они выражают национальный характер, исторический и культурный колорит.

Зачастую они представляют собой особую сложность, так как для их понимания требуются определенные знания с точки зрения истории, культуры и традиций страны изучаемого языка.

Объектом нашего исследования являются фразеологические единицы с лингвокультурным компонентом, имеющие историческое происхождение и содержащие в своем составе антропонимы и топонимы. Например:

– a Florence Nightingale – Флоренс Найтингейл, медицинская сестра, которая отличается особой добротой и внимательностью к больным. (Флоренс Найтингейл (1820-1910) – английская медсестра, организатор и руководитель отряда санитарок во время Крымской войны 1853-1856 гг. Г. Лонгфелло посвятил Ф. Найтингейл поэму «Святая Филомена». В настоящее время в больнице св. Фомы, в центральном Лондоне действует музей Флоренс Найтингейл. В 1883 Найтингейл была награждена Королевским Красным крестом, а в 1907 – орденом «За заслуги». В 1912 году Лига Международного Красного Креста и Красного учредила медаль имени Флоренс Найтингейл до сих пор самую почётную и высшую награду для сестёр милосердия во всём мире. 12 мая в день рождения Флоренс Найтингейл, мир отмечает Международный день медицинской сестры.) Страноведческая информация, передающая этот исторический факт из жизни британского народа, помогла сформировать положительную эмоциональную оценку, которую содержит этот фразеологизм.

– according to Cocker – «как по Кокеру», правильно, точно, по всем правилам (Э. Кокер, 1631-1675, автор английского учебника арифметики, широко распространенного в XVII в.);

– the Admirable Crichton [Kraitn] – ученый, образованный человек, ученый муж (по имени Джеймса Крайтона, известного шотландского ученого XVI в.) Он был человеком выдающихся способностей. Уже в десятилетнем возрасте он поступил в университет св. Андрея, где к 14 годам добился выдающихся успехов, а к двадцати годам свободно владел десятью языками. Крайтон часто поражал всех знаменитостей своим умением спорить (на разных языках) и цитировать в нужный момент

латинских и церковных авторов. В Венеции он даже побеждал местных профессоров в публичных спорах. Происхождение этого фразеологизма связано с выдающимися способностями этого ученого, которые вызывали всеобщее восхищение.

– King Charles's head – навязчивая идея, предмет помешательства, «пунктик» (выражение из романа английского писателя Чарльза Диккенса «Давид Копперфилд», связанное с увлечением полоумного мистера Дика Карлом I; Карл I – король Англии, Шотландии и Ирландии с 27 марта 1625 года. Из династии Стюартов. Его политика абсолютизма и церковные реформы вызвали восстания в Шотландии и Ирландии и Английскую революцию. В ходе гражданских войн Карл I потерпел поражение, был предан суду парламента и казнён 30 января 1649 года в Лондоне, путем отсечения головы. Именно этот исторический факт лег в основу данного фразеологизма, так как сам факт казни английского короля вызвал шоковое состояние народа в то время. Диккенс по-своему обыграл его в произведении, наделив одного из героев навязчивой идеей, связанной с Карлом I).

– every Tom, Dick and Harry – всякий, каждый; первый встречный (впервые его использовал английский богослов Джон Оуэн в 1657 году, происхождение этой ФЕ он относит к временам правления Елизаветы I, когда эти имена были очень популярны); Другой вариант этого фразеологизма можно увидеть в пьесе Уильяма Шекспира "Henry IV", часть 1 (1696): "I am sworn brother to a leash of Drawers, and can call them by their names, as Tom, Dicke, and Francis."

– have kissed the blarney stone /the Blarney Stone/ – быть льстецом. Фразеологизм основан на старинном предании, согласно которому тот, кто поцелует камень, находящийся в ирландском замке Бларни, обретает способность льстить;

– Tyburn blossom – «молодой вор, юный правонарушитель»; dance the Tyburn jig – «быть повешенным, окончить жизнь на виселице»; Tyburn tippet – «петля», напоминает о том факте, что до 1783 город Тайберн (графство Миддлсекс) являлся официальным местом проведения казней осуждённых города Лондона. Тайберн был озвучен в многочисленных поговорках, связанных со смертной казнью, и в словесных оборотах лондонцев. Так, кому желались всевозможные несчастья или предвиделась худая доля, желалось «съездить в Тайберн» ("to take a ride to Tyburn"). Тот, по ком уже плакала петля, звался «Властитель Тайберна» ("Lord of the Manor of Tyburn"). Приговорённые доставлялись к месту казни в открытых повозках, влекомых волами. От них зрители ожидали «доброго представления», под которым понималось мужественное и спокойное принятие смерти одетыми в своё лучшее платье преступниками. В этом случае публика, восхищённая их поведением, восклицала «Хорошо умер!» ("good dying!"). В случае же, если казнимый проявлял малодушие или

цеплялся за жизнь, лондонцы осыпали его оскорблениями. Кроме мужественного поведения, присутствующая при казни публика обычно настаивала и на так называемом «последнем слове» (“last dying speech”), которым, как правило, пользовался осуждённый, чтобы покаяться в совершённых преступлениях и повиниться перед пострадавшими. В настоящее время о месте казни в Тайберне напоминают три латунные таблички, выложенные треугольником на мостовой угла лондонских Бейсуотер-роуд и Эджвер-роуд.

– send smb. to Coventry – бойкотировать кого-либо, прекратить общение с кем-либо (Ковентри – старинный город на востоке Англии. Во время гражданской войны, Ковентри, как парламентский город, был использован для заключенных, поддерживающих монархию); Фразеологизм основан на переносном значении.

– to fight like Kilkenny cats – Ожесточенно драться, сражаться. (Несколько солдат, из стоявшего в XVIII веке в городе Килкенни гарнизона, связали для забавы двух кошек хвостами и перекинули их через бельевую верёвку, чтобы понаблюдать за их дракой. Когда кто-то послал за офицером с просьбой прекратить эту жестокую забаву, один из солдат отрубил кошкам хвосты – и животные разбежались. На вопрос офицера, откуда появились окровавленные хвосты, кто-то ответил, что две кошки дрались до тех пор, пока не съели друг друга до хвостов.)

– Downing Street «правительство Великобритании» (На этой небольшой улице в Лондоне уже более 200 лет располагаются резиденции двух важнейших персон правительства Великобритании: в доме № 10 традиционно проживает Первый Лорд Казначейства, обязанности которого выполняет премьер-министр, а в доме № 11 – Второй Лорд Казначейства или канцлер казначейства. Таким образом, дом № 10 по Даунинг-стрит – это официальная резиденция премьер-министра Великобритании.);

Как можно видеть, фразеологические единицы с лингвокультурным компонентом могут быть источником интересной и полезной страноведческой информации. Они составляют часть фоновых знаний, отражающих национальную специфику англоязычной культурно-языковой общности. Знакомство с национально-специфическими особенностями культуры, истории, быта и нравов страны помогает лучшему осмыслению значения фразеологизма, лучшему запоминанию и, в свою очередь, лучшему использованию фразеологизма в речи.

Литература

1. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1996. – 331 с.

2. Кунин, А.В. Пути образования фразеологических единиц / А.В. Кунин // Иностранные языки в школе.- 1971.- №1.- С.8.

3. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Высшее образование, 2001 – 205с. [Электронный ресурс] www.twirpx.com/file/45088 (дата обращения: 07.06.2010).

4. Шафрин, Ю.Д. Идиомы английского языка. Опыт использования / Ю.Д. Шафрин. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2003. – 558 с.

5. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь.— М.: Советская Энциклопедия, 1967 — 1264с.

Казеичева А.

5 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Е.Г. Котова

Цветовая гамма лингвокультурной картины мира

Цвет – понятие поистине многогранное. Это начинаешь понимать, только когда погружаешься в цвет, впитываешь цвет, наполняешься цветом. Мы произносим «голубой город» и становится ясно, что это город нашей мечты. «Синяя птица» ассоциируется у нас со счастьем, иногда с недостижимой целью, «серые будни» – с монотонностью, «розовая мечта» – с несбыточностью. Вся наша жизнь наполнена цветом. Доктор Макс Люшер, психолог и исследователь в области цвета, изучал выбор оттенков из цветовой гаммы различными людьми. Он пришёл к заключению, что реакция людей на цвет имеет глубокие корни в самом человеке, а выбор цвета отражает психологические качества человека [5, с.17]. Так и представители разных культур относятся к одному и тому же цвету неоднозначно. Язык цвета в разных странах отличается. Несмотря на то, что реакции на цвет бывают чисто физиологическими, на них оказывает сильное воздействие и культура того региона, в котором живёт человек. Более консервативные страны имеют, соответственно, и более строгие правила в отношении использования цвета. Когда культуры поворачиваются навстречу новым веяниям, они также расширяют и свою цветовую палитру. В этом случае люди начинают использовать новые цвета и применять их несвойственным этой стране ранее способом. Великобритания долгое время оказывала сильное влияние на весь остальной мир, и, соответственно, не могла не испытать ответного влияния других культур – Китая, Индии, Африки и Америки. Однако, несмотря на века полной открытости, Англия осталась очень традиционной страной. Одеваться в Великобритании принято в приглушённой пастельной гамме. Англичане издавна полюбили тёмно-синие, серые, коричневые и бежевые тона, что объясняется климатом страны. В США же цвет стал мощным маркетинговым средством. Имеются также чёткие цветовые ассоциации с определёнными праздниками и ритуалами. Чёрный и оранжевый цвета – принадлежность Хэллоуина, красный и розовый – день святого Валентина, зелёный – день святого Патрика [2].

В данной статье рассматриваются основные цвета (красный, черный, белый, желтый, пурпурный, зеленый, синий, серый) и их значения. Так, пурпурный, как правило, ассоциируется с королями, королевами и

римскими императорами, кто мог носить одежду пурпурного цвета. Слово purple переводится как «фиолетовый цвет, порфира, одеяние кардинала, сан кардинала, принадлежность к знатным слоям населения, побагроветь от ярости, изобилующий украшениями (об архитектурном стиле и т.п.), витиеватый (о манере говорить)». “Born to be purple” – родиться в королевской семье. “Purple prose” – произведение, написанное в высоком стиле. Говоря, что человек “purple with rage” или “purple in the face”, мы имеем в виду, что он очень зол. Выражение “purple patch” обозначает «яркое место, цветистый, безвкусный отрывок» в литературном произведении. “Purple Heart” – медаль, которой награждаются раненые американские солдаты [6].

Все оттенки пурпурного цвета любимы в народном искусстве славян. Очень много малинового и багряного в поэзии С. Есенина: «Заиграй, сыграй, тальяночка, малиновы меха…», «… над резным окошком занавес багряный…». Можно вспомнить народные выражения «малиновый звон», «не жизнь, а малина». В фольклоре этим цветом окрашено всё отрадное, прекрасное, раздольное [3]. *Жёлтый* – цвет солнца, чистый, ясный, несущий свет, тепло и энергию. В негативном же аспекте жёлтый – это склонность к критике, нетерпимость и порой боязнь чужого мнения. Слово yellow имеет несколько переводов: «жёлтый, трусливый, бульварный (о прессе), человек, принадлежащий к жёлтой расе». “Yellow dog contract” – «жёлтое обязательство» (о невступлении в профсоюз, о неучастии в стачках и т.п.), “yellow press” – «жёлтая» пресса, бульварная пресса, то есть газеты и журналы, публикующие сенсационную, грязную и вульгарную информацию, “yellow-dog fund” – фонд взяток, деньги для подкупа [6]. Так, в новоевропейской культуре «золотой телец» – символ власти денег, богатства, алчности, в России этот образ закреплён в названии романа Ильфа и Петрова «Золотой телёнок». В большинстве же случаев в разных странах жёлтый ассоциируется всё же с положительными моментами: со зрелостью, в отличие от «зелёной» незрелости, с достатком, золотом, надеждой на «золотой век» (на возвращение к блаженному состоянию человечества, жившего в гармонии с природой) [4]. *Серый цвет* считается выражением чего-то печального, скучного. Поэтому “a grey day” – это «пасмурный, мрачный». Серый цвет также ассоциируется с пожилыми людьми и часто используется в таких выражениях как “grey vote” – «поддержка пожилых людей во время выборов», и “grey pound” – «деньги, которые пожилые люди могут потратить». А для россиян – словосочетание «серая мышка» сразу же рисует перед глазами облик невзрачной, безликой, ничего из себя не представляющей особы. В. Кандинский в «О духовном в искусстве» также оценивает серое скорее негативно: «Серое есть безутешная неподвижность. И чем оно становится темнее, тем больше вырастает перевес безутешного и выступает удушающее» [1]. В последнее время в нашей стране серый считается самым «практичным» в одежде,

самым спокойным в интерьере. Серый становится таким образом цветом элегантности, знаком хорошего тона, высокого вкуса. И в противовес «серой мышке» появляется выражение «благородный мышиный цвет». Вот такие метаморфозы цвета.

В ассоциациях многих людей действительно существуют стойкие связи между цветом и основными эмоциональными состояниями, независимо от пола, возраста, образования человека. Вместе с тем, в разных странах цветовые предпочтения определяются культурными обычаями, национальными традициями и даже темпераментом жителей. Одно и то же выражение может иметь глубокий смысл в одной стране и не нести в себе какого-либо подтекста, кроме констатирующего, в другой (например, уже упоминавшаяся нами «серая мышка»). При всём разнообразии понимания и толкования цветовой гаммы лингвокультурной картины мира, нелишним будет заметить, что правильное использование языка цвета, применение цветовой национальной палитры должным образом позволят нам успешно путешествовать, проводить деловые переговоры, просто общаться с людьми в различных уголках Земли. В отношении цвета прошлое – всегда залог будущего. Цвет делает нашу жизнь интереснее, гармоничнее. Поэтому, вооружившись знаниями о языке цвета, мы сможем успешно говорить на нём с представителями различных национальных культур.

Литература

1. *Кандинский В. О духовном в искусстве. – М.: Архимед, 1992. – с. 41 – 45.*
2. *Купер М., Мэтьюз А. Язык цвета. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 144 с.*
3. *Миронова Л.Н. Цвет — это что?// Символика цвета/ URL: http://www.mironovacolor.org/theory/humans_and_color/symbolism/#8*
4. *Обухов Я.Л. Символика цвета/ URL: http://www.videoton.ru/Articles/sym_color.html*
5. *Погосова Н.М. Цветовой игротренинг. – СПб.: Речь, 2003. – с.21 – 25.*
6. *Longman Dictionary of English Language and Culture. – Pearson Education, 2005. – 1619 с.*

Козлова А.

4 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц.* ***М.Н. Николаева

Тематические особенности сказок о животных в английском фольклоре

Фольклор – важнейший элемент, составляющий историю культуры, отражающий, с одной стороны, крупнейшие события в жизни народа и государства, с другой – определенные циклы человеческой жизни, времен года, трудовых занятий. Для любого фольклорного текста свойственны

традиционность формы и способов языкового выражения, сохранность сюжета, образов, художественных средств в течение длительного времени.

Сказка – весьма популярный жанр устного народного творчества, жанр эпический, прозаический, сюжетный. За фантастичностью сказочной фабулы и вымысла скрываются реальные человеческие отношения, подлинный мир народной жизни – мир большой и многокрасочный. В народных сказках раскрыты определенные социальные отношения, показаны быт народа, его домашняя жизнь, его нравственные понятия, взгляд на вещи, передана специфика языка – все то, что делает сказку национально-самобытной и неповторимой.

Важнейшие идеи, основная проблематика, сюжетные стержни и – главное – расстановка сил, осуществляющих добро и зло, по сути, едины в сказках разных народов. Национальные черты сказки определяются фольклорными традициями народа.

Жанровое своеобразие английской народной сказки в полной мере отражается в ее языковой картине, которая обладает как собственно сказочными чертами, так и элементами, свойственными картинам мира мифа, легенды, были, баллады. Это проявляется в контаминации (смешении) собственно сказочных и несказочных элементов, обозначаемых лексическими единицами, и в лексико-семантических полях, представленных совокупностями тематических групп, и внутри ономастического пространства (совокупности имен собственных) английской сказки.

Важное положение среди многообразия сказок занимают сказки о животных. Сказки о животных обычно невелики, но содержательны, и составляют какой-либо один эпизод или приключение. Сказки о животных затрагивают социальные и этические проблемы. Героями являются животные, которых фантазия народа наделила разумом, даром речи и поступками, сходными с человеческими. Показаны их черты, но условно подразумеваются черты человека. Главная задача этих сказок – высмеять плохие черты характера, поступки и вызвать сострадание к слабому, обиженному, укрепить веру в справедливость.

Пожалуй, только в сказках о животных композиция отличается такой ярко выраженной функциональностью. Все звенья сюжета построены таким образом, чтобы с предельной быстротой в коротком эпизоде вскрыть сущность явлений, передать характер взаимоотношений персонажей.

В английской сказке обычно нет традиционных зачина и концовки (жили – были, я там был). Английской сказке присуще накладывание эпизода на эпизод и многократное его повторение. Этот приём усиливает действие, что приводит к кульминации и развязке. Так, например, в сказке «Старушка и поросенок» (Old Woman and Her Pig) старуха

последовательно обращается за помощью к собаке, палке, огню, воде, быку, мяснику, веревке, крысе, кошке и корове.

Нередка в английских сказках трёхкратность ситуаций. Например, в сказке «Волк и три котенка» (Three little kittens and the wolf) трехкратность проявляется в количестве котят и в том, что волк три раза приходит к дому Большой кошки.

Существует несколько классификаций сказок о животных. Прежде всего, сказка о животных классифицируется по главному герою (тематическая классификация). Такая классификация приведена в указателе сказочных сюжетов мирового фольклора, составленного Аарне-Томпсоном и в «Сравнительном Указателе Сюжетов. Восточнославянская сказка»:

1. Дикие животные:
   - Лиса;
   - Другие дикие животные;
2. Дикие и домашние животные;
3. Человек и дикие животные;
4. Домашние животные;
5. Птицы и рыбы;
6. Другие животные, предметы, растения и явления природы.

Самыми популярными животными-персонажами английских народных сказок являются кот, петух, волк, лис, конь и поросенок, что явно говорит не в пользу женского концепта в английском языке, для которого характерно преобладание мужских реалий с положительной и отрицательной коннотацией.

Главенствующую роль в английских народных сказках о животных занимает кот, он часто исполняет роль помощника. Например, в сказке «Как Джек ходил счастья искать» (Jack and His Friends) кот в компании с другими животными помогает герою спастись от разбойников, пугая их своими криками. В другой сказке, «Старушка и поросенок»(Old Woman and Her Pig), кошка оказывает помощь вместе с другими.

Наряду с котом добрым представляются петух или курица. Положительным коту и петуху (курице) противопоставляются волк и лис (лиса). Волк и лис (лиса) коннотируют опасность и коварство, а кот и петух (курица) – добродетель и помощь. Так, в сказке «Петух, мышь и рыжая курочка» (The Cock, the Mouse and the Little Red Hen) трудолюбивая и мудрая курица спасает себя и своих друзей от злого лиса.

Конь в английской сказке помогает герою в хозяйственных делах и в решении вопросов транспортировки. Поросенок также играет роль положительного героя, который, обладая определенными качествами, выходит из положения победителем. В сказке «Три поросенка» (The three little pigs) только самый умный, предусмотрительный и находчивый из трех братьев-поросят сумел обхитрить волка и не быть съеденным.

Почти каждый сюжет сказок о животных построен на постоянном столкновении добра и зла. Но силу зла смягчает юмор, который занимает весомое место в английской сказке. Злые герои постоянно высмеиваются и часто попадают в нелепые, комические ситуации. Хитрый лис в сказке «Хитрый лис и рыжая курочка» (The Sly Fox and the Little Red Hen) приносит на ужин тяжелые камни вместо вкусной добычи.

Особенностью сказки является то, что она выключена из реального времени. Строгая последовательность событий создаёт особое сказочное время, в котором положительным героям приходится преодолевать целый ряд испытаний, прежде чем они обретут счастье.

Обычно сказка заканчивается победой добра. Зло наказуемо. Отрицательные герои сполна получают по заслугам за свои деяния. Однако так происходит не всегда. В английских сказках бывают и более жестокие развязки. Так, в сказке “Chicken Licken” все положительные герои (курица, петух, утка, гусь, индейка и др. птицы), спешащие объявить королю о том, что небо падает, попадают в ловушку к хитрому лису.

Есть и животные, которых нельзя отнести ни к положительным, ни к отрицательным героям. Так, в сказке «Златовласка и три медведя» (Goldilocks And The Three Bears) семья медведей не строит никаких коварных планов против Златовласки, а просто недовольна ее вторжением в их дом.

Таким образом, сказки о животных занимают весьма весомое положение в английском фольклоре. Анализ качеств приписываемых тому или иному животному и его отнесение к положительным или отрицательным героям помогает выявить, какие человеческие качества ценились нацией, а какие считались неприемлимыми.

Литература

1. Каргин Л. С. Народная художественная культура: Курс лекций. М., 1997. – с. 182

2. Пропп В.Я. Морфология волшебной сказки: М. – Лабиринт, 1998.

3. Народные сказки Британских островов. Сборник /Сост. Дж. Риордан. – М.: Радуга, 1987. – на англ. яз. – 368 с.

Козлова Н., Медведева Е., Можаева А.

2 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **М.Н. Николаева

American and British influence on Canada

Canada is an English-speaking country with its own culture and traditions. Unfortunately, we do not know much about this country. That is why we decided to fulfill our gap in knowledge concerning Canada and to share this knowledge with you.

Canada is a North American country which consists of ten provinces and three territories. It is located in the northern part of the North American continent. It is the world's second largest country in the terms of the total area. Canada's common border with the United States in the south and northwest is the longest in the world.

Beginning in the late 15th century, British and French expeditions explored, and later settled, along the Atlantic coast. In 1867, with the union of three British North American colonies through Confederation, Canada was formed as a federal dominion of four provinces. Thus began the growth of provinces and territories and a process of increasing autonomy from the United Kingdom. This widening autonomy was highlighted by the Statute of Westminster of 1931 and culminated in the Canada Act of 1932, which severed the vestiges of legal dependence on the British parliament

Canada is a federation that is governed as a parliamentary democracy and a constitutional monarchy with Queen Elizabeth II as the head of state. It is a bilingual nation with both English and French as official languages at the federal level. Canada has close trade relationship with the United States of America. It is a member of the G8 as the USA and Great Britain are. Canada has one of the highest standards of living in the world.

Foreign and military relations

Canada and the United States share the world's longest undefended border. They co-operate on military campaigns and other activities, and they are largest trading partners. Canada exports raw materials such as petrol, chemicals, and oil, minerals and ores, and forestry products. This is a key trading role which Canada has played in the global economy throughout its history. Canada nevertheless has an independent foreign policy.

Canada also maintains historic ties with the United Kingdom and other former British colonies through its membership in the British Commonwealth and the United Nations Organization.

Religion in Canada, Britain, and the U.S.A

Canada is a Christian nation, with respect for the Christian God enshrined in statute. Swearing on the Bible, for example, is part of most legal proceedings, though non-secular alternatives are also practiced. Prayers open many official functions.

Religion's presence in British and Canadian culture is somewhat subdued in comparison with the United States. In Canada, religion is also more of a private matter, which Canadian historians attribute to the country's lack of the tradition of "civil religion" common to the United States.

Although the United States shares a border with Canada, and it is the former British colony, American religious attitudes are greater than British. About one-eighth of Canadians classify themselves as nonreligious.

Population

Speaking about the population, it is necessary to say that the U.S/ have a much larger population than Canada. Canada isn't involved so much in wars like America is and is seen as a 'younger brother' respectively. Also, there are much more famous American things in popular culture rather than Canadian. Such as movies: there are thousands of famous American films and very few Canadian ones. This situation may be explained by the common language between Canada and the USA, similar legal systems, geographical proximity, etc.

Concerning the British influence on Canada we must say that Canada did not declare its own independence from the United Kingdom. It was the United Kingdom who set the Canadians free in 1863, partly as a counterbalance to the unstable United States.

U.S. immigration

There was some migration from the United States to Canada during the mid-19th century that increased in the late 19th and 20th centuries, but immigration to the United States from Canada was and still is significantly higher.

Languages

English is dominant throughout most of the country. About three-fifths of Canadians speak English as their first language; while less than one-fourth consider French as their primary tongue. The mother tongue of nearly one-fifth of Canadians is a language other than English or French; most population speak another European language (notably Italian and German), but the largest immigrant group speaks Chinese, reflecting the growth of Chinese immigration since the 1980s.

Canadian Culture and Traditions

Canadian culture has a heavy influence of the British culture and traditions. In recent times however, one can also notice an influence of American culture on Canada.

Historians have also revealed the influence of Aboriginal (Native American) cultures and traditions in Canada. As Canada is a vast region with diverse traditions, Canadian culture and traditions differ from region to region.

Government

Canada is a confederation of ten provinces and three territories, with a central federal government managing national services and international relations. Each province and, to a lesser extent, each territory has constitutional sovereignty over at least some aspects of its affairs. Each level of government is a constitutionally governed democracy, modeled on the British parliamentary system with representatives chosen in general election. Citizens over the age of eighteen have the right to vote and to be elected, except, for those citizens who are in prison or citizens living overseas. Political control at each level of government is determined by the political party that wins the largest number of Parliament seats. The election of each representative, however, is direct and

proportional; the candidate who receives the largest percentage of the votes becomes a winner cast.

What is unique about Canada?

Canada is a country of minorities, following their own national idea, of ethnic and cultural groups. The majority of the population consider themselves Canadians and at the same time emphasizes the pride of belonging to their ethnic group, without showing a conscious desire to assimilate with any other group.

Currently, there can be identified more than 100 distinct ethnic groups among the Canadian population. It should be underlined that periodicals (everyday newspapers) come in 60 languages in the country, with just 2.8% of residents of Canada during the last full census (1991) have defined their ethnicity as simply "Canadians".

Thus we may see that Canada is an interesting country having its unique character which has been formed under the influence of both the United Kingdom and the USA.

Комиссарова Д.

4 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Е.Г. Котова

Особенности культур англоязычного и русскоязычного миров сквозь призму объявлений и призывов

Информационно-регуляторная лексика в языке является тем зеркалом, которое отражает особенности и специфические черты культуры и жизни страны данного языка. Объявления и призывы одного государства могут показаться жителям других стран смешными, а порой и нелепыми. Все это, в первую очередь, связано с разнообразием культур, различиями в законодательстве и условиях жизни разных государств.

Выражение культуры в призывах, объявлениях, запретах может происходить в разных формах и различными способами. Существование объявлений, запрещающих те или иные действия, свидетельствуют о возможных поступках граждан данной страны. Например, если в библиотеке Лондонского университета можно встретить такую вывеску "*Readers are reminded that sitting on the floors is prohibited" (Напоминаем читателям, что сидеть на полу запрещается),* значит, подобные инциденты уже встречались. В России такого рода призывы невозможны только потому, что русской молодежи не придет в голову так себя вести.

Еще более странным с точки зрения нашей культуры звучит призыв не класть пальто под сиденье в театре. В Англии же данная традиция настолько живуча, что авторы данного объявления придумали рациональное объяснение подобного рода запрету: "*Please do not place*

coats, etc. under your seat as it interferes with ventilation" (Пожалуйста, не кладите ваши пальто и т.п. под сиденья, поскольку это нарушает вентиляцию). На самом деле причина подобного «хулиганства» граждан кроется в платных раздевалках.

Еще более нелепым и вопиющим для русской культуры является призыв воздержаться от еды, питья и курения в соборе Сейнт-Олбан! В России даже в годы гонений такое было невозможным. *"Out of respect for this house of God visitors are asked to be suitably dressed and not to eat, drink or smoke in the abbey" (Из уважения к этому Божьему храму посетителей просят быть одетыми соответственно и воздержаться от еды, питья и курения в аббатстве).*

«Загадочный» текст можно встретить на вывесках ресторанов и кафе Австралии: "*b. y. o.".* Это означает, что посетитель может (или должен?) принести свою бутылку алкоголя. Интересно, что слово бутылка в данном случае отсутствует: все и так знают, что имеется в виду в призыве "*bring your own" (приноси с собой).*

Любовь к животным, забота о них – весьма характерная и очень достойная черта общественной жизни в англоязычных странах. И одновременно важная часть программы экологического воспитания населения, осуществляемая и посредством «азбуки вывесок», как говорил В.В. Маяковский. Неудивительно, что в приводимых ниже примерах первое место по количеству и по качеству занимают объявления и призывы из Австралии: известно, как бережно и заботливо относятся австралийцы к своей уникальной фауне. Чтобы заставить посетителей зоопарков, заповедников, зоомагазинов, то есть тех мест, где люди встречаются с животным миром, выполнять правила, обеспечивающие безопасность этих беззащитных существ, используются различные способы языкового воздействия. Например, одним из традиционных является призыв к разуму с разъяснением вреда, который мы можем принести «братьям нашим меньшим»:

1) Please, do not feed. These monkeys have dietary problems and require specialized food. (Не кормить. У обезьян проблемы с пищеварением, им требуется специализированный корм)

2) Feeding animals makes them unable to find their own food because they depend on humans to feed them.(Кормление животных делает их неспособными самостоятельно находить пищу, потому что они начинают зависеть от того, кто их кормит).

Также в англоязычном мире распространены объявления-угрозы, цель которых – «припугнуть» народ *"Do not touch prawns. They bite." (Не трогайте креветок. Они кусаются (Рыбный рынок в Сиднее)).* Объявление может носить характер «заигрывания с народом», некоего подкупа посредством нарочитой уверенности в правильном поведении. Наряду с простым – без приемов и уловок – и прямолинейным

требованием *Clean up after your dog (Убирайте за своей собакой)* встречаются и такие, как *Thank you for cleaning up after your dog* (Великобритания). В Австралии широкую популярность получили забавные объявления – призывы от имени животных. В их основе лежит рациональное объяснение, а использование в них восклицательного знака, редкого для англоязычных объявлений, добавляет им экспрессивности:

1) Please do not feed us! We're so fat our vet is worried about our health! (Пожалуйста, не кормите нас! Мы такие толстые, что наш ветеринар беспокоится о нашем здоровье!) (Зона кенгуру в заповеднике в Хилзвилле, Австралия)

2) Don't knock or band against our house. It can kill us (Пожалуйста, не стучите в наш домик. Так можно нас убить.) (Зоомагазин, Канберра)

В нашей стране поиск новых запретов и призывов имеет особое значение, так как в России они выполняются плохо в силу не только клишированности традиционных команд, но и национальных черт характера – неверие начальству, желание сопротивляться общественным предписаниям. Поэтому никого не удивишь тем, что собак выгуливают на территории с табличкой *«Выгул собак воспрещен. Штраф…»* или что люди интересуются ценами на водку в палатке с надписью *«Продажа спиртных напитков не производится»*. О таком отношении русских к правилам нужно учитывать иностранцам, приезжающим в наши необъятные просторы. Например, им нужно обязательно помнить, что в России не принято пропускать пешеходов, идущих по зебре. Нетрадиционный призыв, шокировавший даже СМИ, «украшает» одно из многих шоссе России *«Ты в ответе за жизнь других. Мы ждем тебя дома. У водителей тоже есть семьи»*. Уже по одному такому призыву можно судить о существовании особого русского менталитета, не поддающегося на «уловки» запретов и неспособности (или нежелания) воспринимать такие призывы в традиционной форме.

Итак, объявления, регулирующие поведение людей в обществе, отражают культуру этого общества так же, как и другие пласты языка и сферы речевой деятельности. Данная информационно-регулятивная лексика показывает отношение социума к разным сферам жизни. Игнорирование обществом объявлений – клише ведет за собой создание новых, нетрадиционных, экспрессивных призывов, часто в шуточной форме. Хотя англоязычный мир в этом смысле более «законопослушен», нежели русскоязычное общество. В любом случае, главная функция призыва – донести его смысл до граждан во избежание конфликтных ситуаций и возможных печальных последствий. Именно поэтому в России, как ни в одной другой стране, приобрели широкое распространение такого рода оригинальные вывески.

Литература

1. *Галь Н. Слово живое и мертвое: от "Маленького принца" до "Корабля дураков"// www.vavilon.ru/noragal*
2. *Комиссаров В.Н. Теория перевода//М.: Высш. шк.- 1990*
3. *Миньяр-Белоручев Р.К. Как стать переводчиком// М.: Готика-1999.*
4. *Тер-Минасова «Язык и межкультурная коммуникация»// М.: Слово- 2000*

Лысенко А.

4 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт,
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Е.Г. Котова

Английский лимерик как воплощение тонкого английского юмора

Любой национальный юмор обладает определенным набором особенностей, которые отличают его от других. Специфика английского тонкого юмора общеизвестна, формы его выражения чрезвычайно разнообразны. Одним из его литературных воплощений является лимерик, английский комический стих, существование которого началось в песенном творчестве. Существует множество версий, объясняющих происхождение слова “limerick”. По одной из них солдаты французского короля Людовика XIV исполняли песенки, куплеты которых завершал хоровой повтор фразы – Will you come up to Limerick? (или, по другой версии, Won’t you come up to Limerick?) («Вернешься ли ты в Лимерик?»). Так как название этой поэтической форме дал город Лимерик в Ирландии, то и английское слово «лимерик» произносится с ударением на первый слог. По другой версии, возможно, слово “limerick” происходит от ирландских слов “laoi meidbreach” или “a merry lay”, означающих «веселая песня». Само слово «лимерик» официально вошло в английский язык в 1898 г., когда оно было зафиксировано в Оксфордском словаре (Oxford English Dictionary) и имело значение «неприличных бессмысленных стихов» (indecent nonsense verse). Есть предположения, что еще в XVIII веке ирландские поэты сочиняли стихи, очень похожие на современные лимерики. Однако «отцом лимерика» называют известного английского поэта и художника, Эдварда Лира (1812–1888) к авторству которого относятся 212 лимериков. В России его стихи известны в переводах Григория Кружкова, Марка Фрейдкина, Евгения Клюева, Сергея Таска и др. В своём творчестве к форме лимерика прибегали Льюис Кэрролл, Редьярд Киплинг, Джон Голсуорси, Марк Твен, Венди Коуп, Суинберн. Многие лимерики можно отнести к устному народному творчеству, поскольку их автор и время написания неизвестны.

Лимерик – это форма юмористического, комического стиха абсурдного содержания (nonsense verse), написанного, как правило, анапестом и состоящего из 5 строк, рифмующихся аавва; при этом 1-я, 2-я

и 5-я строки трехстопные, а 3-я и 4-я – двухстопные. Для конструирования лимерика используют игру слов, омонимию, омофонию, синонимию, полисемию, неологизмы, обыгрывают несоответствия английской орфографии и произношения (лимерик с подобным приёмом называют «визуальным» или «орфографическим»). Для большего комического эффекта, автор может уходить от обязательной рифмы. И.О. Радченко выделяет три группы лимериков относительно их исторического развития: классические (лимерики Э. Лира); неоклассические (лимерики, появившиеся после 1872 года, то есть после выхода последней книги Э. Лира, и писавшиеся до 1970-ых годов); современные. Классический лимерик строится по следующим правилам: первая строка представляет героя, вторая даёт описание его привычки, третья и четвертая – чаще всего являются репликами диалога; пятая – подводит итог рассказанному и завершает повествование. В основе юмора лимерика – абсурд, бессмыслица, нелепость. Существует два основных направления в создании лимериков. Авторы, создающие лимерики в соответствии с классической формой, основываются на комичной ситуации, доходящей до гротеска. Второе же направление предполагает неожиданную забавную развязку в последней, пятой строке.

В связи с разницей двух языков, русского и английского, передача всех особенностей лимерика чрезвычайно трудна. Обычно переводчики придерживаются двух крайних позиций – сохранения или идейно-образного содержания, или уникальной стилистической формы лимерика. В редких удачных случаях в лимерике соединяется и то и другое. Переводчики, которые видят в лимерике явление, характерное исключительно для английской культуры, считают, что его полный перевод не возможен, но возможно «переложение», которое предполагает изменение некоторых основных особенностей, таких как стихотворный размер, топонимы, антропонимы и т.д. Если же поставить в центр внимания топоним первой строчки, задающий рифму и ритм, то можно прийти к выводу необходимости его сохранения и обязательного перенесения в исходном виде в русский вариант для создания подобной атмосферы и схожего фонетического звучания. Сравним два перевода лимерика:

There was an Old Man on a hill,
Who seldom, if ever, stood still;
He ran up and down,
In his Grandmother's gown,
Which adorned that Old Man on a hill.

Перевод, сделанный нами, в первых двух строчках содержит рифму, схожую по звучанию с английской, сохраняет размер, но теряет в содержательном плане во 2 и 3 строках, а также исключает финальный рефрен, заменяя его авторской вариацией:

На холме старичок как-то жил,
Он на месте стоять не любил.
Носился он пулей
В бальном платье бабули,
И фасон его очень стройнил.

Авторский перевод О. Астафьевой сохраняет рефрен, размер, но теряет в содержательном плане, подменяя «бабушку» «тёщей», зато ближе по смыслу ко 2 и 3 строкам:

На вершине горы жил старик,
Он на месте стоять не привык.
Вверх и вниз все быстрей
В платье тёщи своей
Удивительный бегал старик.

Можно сделать вывод, что для русского перевода в целом характерно более широкое использование стилистических приемов, а также, творческий подход, приводящий к отступлению от оригинала. Современная тенденция развития лимериков – поиск новой оригинальной рифмы. Лимерик стал особенно популярным в начале XXв. Журналы и университеты англоязычных стран устраивали конкурсы, предлагая сочинить лимерик с предлагаемыми строчками. В настоящее время этот жанр популярен в сети Интернете.

В нашей стране лимерик активно развивается благодаря поэтам-иронистам: Анатолию Белкину, Игорю Иртеньеву, Сергею Сатину, Сергею Шоргину и многим другим.

Литература

1. *Атарова К. Н. Мир бессмыслиц. Лимерики, старые и новые, Радуга, 2003*
2. *Маршак С. Я. Избранные переводы. М., 1959*
3. *Ражева Е. Лимерик: непереводимая игра слов или переводимая игра формы? // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры. — М.: Индрик, 2006, с. 327—335*
4. *Rothman J. 1000 Limericks for Kids. L., 1985*
5. *King J. Ridout R. Swan L. The Book of British Humour,1901*
6. *Parrot E.O. The Penguin Book of Limericks, 1983*

Мисечина Д., Казак Д., Гедгафова Н.

2 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт,
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **М.Н. Николаева

Which is better: the University of Oxford or the University of Cambridge?

England is famous for its educational institutes. There were many different kinds of schools in Medieval England and English universities were one of the most significant creations. The students who attended either Oxford

or Cambridge Universities set an intellectual standard that contrasted markedly with the norm of Medieval England. Today both Universities are internationally renowned centres for teaching and research, attracting students and scholars from all over the world.

The University of Oxford, located in the city of Oxford is one of the oldest and most highly respected Universities in Europe. It was the first university established in Britain. Oxford is situated about 57 miles (90 km) north-west of London in its own county of Oxfordshire. The city lies at the meeting of the Rivers Cherwell and Thames, or "Isis", as it is locally known, giving the opportunity to enjoy such pleasant pursuits as boating and punting, or a stroll along the river banks. The story of Oxford is one of a war, plague, religious persecution, heroes and the emergence of one of the greatest Universities in the world. Known as the city of "Dreaming Spires", Oxford is dominated by the Medieval architecture of the University, and the exquisite gardens within.

According to the legend Oxford University was founded by King Alfred the Great in 872 when he happened to meet some monks there and had a scholarly debate that lasted several days. A more realistic scenario is that it grew out of efforts begun by Alfred to encourage education and establish schools throughout his territory.

Long after Alfred, during the late 11th or early 12th century, as it is known Oxford became a centre of learning for clerics, from which a school or university could have sprung or evolved. The university was given a boost in 1167 when, for political reasons, Henry II of England ordered all English students at Paris to return to England. Most of the returning students gathered together at Oxford and the University began a period of rapid development. Oxford, like Cambridge, differs from many other universities in that there is no central university campus. Instead, the University consists of a large number of colleges and associated buildings, scattered throughout the city.

From the start there was a constant friction between "town and gown". Most students took lodgings with local people, who soon realised that they could charge high prices and rents of the Academics. However it was a strain on the resources of the community to have to provide for the influx of people from elsewhere. In the 13th century, rioting between students and local people hastened the establishment of primitive halls of residence. These were succeeded by the first of Oxford's colleges or endowed houses whose architectural splendour, together with the University's libraries and museums, give the city its unique character.

Today Oxford University is comprised of thirty-nine colleges and six permanent private halls, founded between 1249 and 1996, whose architectural grandeur, together with that of the University's libraries and museums, gives the city its unique character. More than 130 nationalities are represented among a student population of over 18,000. A range of scholarships offer support for

international students. Thirty colleges and all halls admit students for both undergraduate and graduate degrees. Seven other colleges are for graduates only; one has Fellows only, and one specializes in part-time and continuing education. Each college is practically autonomous with its own set of rules. There is central administration, providing services such as libraries, laboratories, lectures and examination.

There have been many famous people who have studied at Oxford University and they include John Locke, Adam Smith, Percy Bysshe Shelley, Lewis Carroll, Oscar Wilde, J.R. Tolkien, Indira Gandhi, Baroness Margaret Thatcher, Bill Clinton, Rupert Murdoch, Rowan Atkinson (Mr Bean), and Hugh Grant. All in all, Oxford has produced four British and at least eight foreign kings, 47 Nobel prize-winners, 25 British Prime Ministers, 28 foreign presidents and prime ministers, seven saints, 86 archbishops, 18 cardinals, and one pope. Seven of the last eleven British Prime Ministers have been Oxford graduates.

Oxford's teaching and research is consistently in the top rank nationally and internationally, and is at the forefront of medical, scientific and technological achievement. Amongst the University's old members are many widely influential scientists. Contemporary scientists include Stephen Hawking, Richard Dawkins and Nobel prize-winner Anthony James Leggett, and Tim Berners Lee, inventor of the World Wide Web.

University of Cambridge is the second-oldest university in the English-speaking world (after Oxford). The start of the University is generally taken as 1209, when some masters and students arrived in Cambridge after fleeing from rioting in Oxford.

Cambridge is situated about 50 miles (80 km) north of London. The town of Cambridge originally took its name from the river on which it stood – the Granta. Through a convoluted process of evolution, the name 'Grontabricc' became 'Cambridge', and the river became the 'Cam'. The town is referred to in Chaucer's Canterbury Tales as 'Canterbridge'.

The university was basically established to study for religious purposes. The earliest teaching sessions of the University were carried out in churches or private houses. This was obviously unsatisfactory, and so the University authorities began to establish buildings for its own use. Some of these early 'schools' still exist on the site known, appropriately, as the 'Old Schools'. During the 14th and 15th Centuries, the University gradually gained its independence from the church, with the Chancellor taking on both religious and civil duties.

Cambridge University is composed of more than thirty constituent colleges, one of the most illustrious of which is Emmanuel College. This college was founded in 1584 by Sir Walter Mildmay, Chancellor of the Exchequer to Queen Elizabeth I.

Many of the University buildings are of historical or architectural interest, and the University's museums contain many rare, valuable and beautiful items.

King's College Chapel, begun in 1446, is one of Britain's most magnificent buildings. The mulberry tree under which the poet John Milton is reputed to have written Lycidas is on the grounds of Christ's College. Samuel Pepys's library, housed in the original cases, is at Magdalene College. Two of the colleges contain chapels designed by Christopher Wren – Pembroke and Emmanuel. The gardens and grounds of the colleges along the River Cam are known as the "Backs", and together they form a unique combination of large-scale architecture, natural and formal gardens, and river scenery with student boaters.

The University at present has more than 16,500 full-time students – over 11,600 undergraduates and nearly 5,000 graduates. About 17% of the student body is from overseas, coming from over 100 different countries. Because of its high academic reputation, admission to the University is highly competitive, and most overseas students already have a good degree from a university in their own country.

The University also has a worldwide reputation for other aspects of its work. Cambridge University Press (one of the world's oldest and largest publishers) and UCLES (University of Cambridge Local Examinations Syndicate) are world leaders in their respective fields and allow the University to make a direct educational and academic contribution to the lives of millions of people around the world.

The list of illustrious alumni is endless. Among the most famous are Desiderius Erasmus, Francis Bacon, Christopher Marlowe, Lord Byron, Charles Darwin, Ludwig Wittgenstein, Jawaharlal Nehru, Vladimir Nabokov, Lee Kuan Yew (PM of Singapore from 1959 to 1990), and Rajiv Gandhi. The Great Russian scientist Pavlov came to Cambridge to receive the degree of the Honorary Doctor of Cambridge. University of Cambridge is known as a great centre of science, where many famous scientists have worked.

Choosing a course

Oxford and Cambridge universities agree that the most important decision a prospective applicant has to make is the degree they wish to study, not which university they want to apply to. Both universities are committed to recruiting the best and brightest students regardless of their background.

Choosing between Oxford and Cambridge

It is not possible to apply to both Oxford and Cambridge in the same admissions round, so students will have to choose one or the other. One should remember that both universities are world class in teaching and research in both arts and science subjects.

We have shared with you the most interesting information about these much respected top universities in the world. So, it's up to you to decide which is better: the University of Oxford or the University of Cambridge.

Литература

1. http://www.probelov.net/topic/1661-oxford-and-cambri.

2. *http://lifeatoxford.blogspot.com/2004/09/oxford-vs-cambridge.html*

Петрова А.

4 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Е.Г. Котова

Национальный характер англичан через призму английского юмора

Сегодня миллионы людей во всем мире изучают английский язык – практически общепризнанный язык интернационального общения. Вполне логично, что очень интересно узнать о народе – носителе языка. В самом деле, кто они, эти загадочные англичане? В России давно уже сложился образ типичного англичанина, и надо признать, довольно своеобразный. Английский джентльмен ходит с зонтиком и газетой, всегда говорит о погоде и футболе, пьет чай с молоком, любит животных и предан королеве! Таково представление русских об этой нации. Но так ли это?

Самый верный и надежный способ изучить национальный характер англичан – отправиться в Англию (не в Шотландию, Ирландию или Уэльс – тамошние жители англичанами отнюдь не являются). Но так как это сделать не всегда представляется возможным, мы поставили задачу попытаться исследовать поистине неиссякаемый и действительно интересный источник информации об англичанах – неповторимый английский юмор. Вот, кстати, еще один стереотип: говорят, англичанина можно узнать по трем признакам: чопорности, высокомерию и по чувству юмора, которое никогда не будет понятно иностранцам, плохо владеющим английским языком. Итак, попробуем подобрать ключ к этой загадочной английской душе и развенчать, а может, и подтвердить некоторые стереотипы об английском характере через призму шуток и анекдотов. Начнем с английской чопорности и холодности. Очевидно, что эти черты остались глубоко в прошлом, в романах Ч. Диккенса и Ш. Бронте. Сегодняшние англичане дружелюбны и приветливы, готовы помочь с любым вопросом, а самое распространенное слово в их лексиконе – “Sorry!”. Еще одна отличительная их черта – полная невозмутимость в любой ситуации. Что бы ни случилось, англичанин всегда сдержан и спокоен, его чувства и эмоции под контролем. Все вместе взятое, конечно же, находит свое отражение в английских анекдотах. Вот один из примеров.

В Лондоне в своем доме, в гостиной сидит англичанин, курит трубку и читает утреннюю Таймс. Вдруг обваливается стена, и в гостиную, скрипя тормозами, въезжает «Бентли», за рулем которого сидит другой англичанин. Первый спокойно переводит на него взгляд, вынимает трубку и спрашивает:

– Могу я спросить, куда сэр так торопится?

– В Манчестер, сэр!

– В таком случае, сэр, Вам лучше было бы через кухню.....

Англичане смеются над всем. Погода, королевская семья, английская еда (не всегда надлежащего качества) – все может стать объектом шуток, в которых, с одной стороны, подчеркиваются традиции англичан, а с другой стороны, эти же традиции и высмеиваются. Так, считается, что англичане любят королевскую семью и искренне почитают монархию, но, тем не менее, это не мешает им подшучивать над такой, казалось бы, сакральной традицией. На самом же деле число людей, считающих, что слишком уж дорого им обходится королева, неуклонно растет. Англичане не устают смеяться над «сильными мира сего», высмеивая лордов, великосветских джентльменов и холеных аристократов.

Англичане уделяют особое внимание чувству юмора как качеству личности. В Англии сказать человеку, что у него нет чувства юмора, считается очень обидным. По поводу чувства юмора у англичан есть своя шутка:

Что такое «английский юмор»? – Это когда один очень интеллигентный джентльмен говорит другому весьма уважаемому джентльмену нечто такое, чего не понимают окружающие. Именно это обоих и забавляет.

Изучив большое количество английских шуток и анекдотов, мы должны признать, что в английском юморе нет ничего сверхъестественного или даже сверхнепонятного для русского читателя. Наоборот, можно даже сказать, что мы смеемся над одним и тем же, но по-разному. Как ни странно, для таких с виду приличных англичан характерно довольно пошлое чувство юмора, что, однако, не делает их шутки менее смешными.

Утро в добропорядочной английской фамилии. Сэр в кресле с газетой за утренним кофе. Леди спускается по лестнице из спальни и говорит:

– Плохая новость, сэр. То, что мы принимали за беременность, оказалось не беременностью...

– Как, леди, у нас не будет наследника?

– К сожалению нет, сэр...

– Боже мой! Опять эти нелепые телодвижения!

А теперь поговорим немного о национальном самосознании англичан. Как нация, они противопоставляют себя шотландцам – героям многочисленных английских анекдотов, в которых англичане представляют себя умными, благородными, добропорядочными, а шотландцев – скупыми и примитивными. В народных анекдотах подчеркивается давняя национальная рознь, вечное противостояние

Англии и Шотландии, которое только усиливается с годами и, возможно, приведет к образованию Шотландии – независимого государства.

Англичанин едет в одном купе с шотландцем. Тот на каждой станции куда-то бегает и возвращается, с трудом переводя дух.

– Куда это вы все время бегаете? – удивляется англичанин.

– Видите ли, я еду от врача-кардиолога. Он сказал, что я могу умереть в любой момент. Вот я и беру билет только до следующей станции.

Напоминает наши анекдоты о чукчах и украинцах, не правда ли?

Есть еще одна сторона английского юмора, которая повергает иностранцев в шок и недоумение, – так называемое banana skin sense of humour. Вам смешно, когда кто-то поскальзывается на банановой кожуре или с вашего знакомого вдруг по неизвестной причине сваливаются брюки? А англичане будут валяться от хохота. На таком юморе построены многие современные британские телевизионные комедии, которые, появившись на экране в 90-е годы, заставили европейцев задуматься: а действительно ли англичане такие чопорные и добропорядочные, как все привыкли считать в течение многих веков? Итак, у нас вырисовывается новый стереотип англичанина: этакий невозмутимо-дружелюбный джентльмен, способный на сколь угодно бредовую идею, но в то же время он сдержан, рассудителен, его не так-то просто вывести из себя. Кроме того, он довольно легко относится к жизни и готов посмеяться над всем и вся, что его окружает. Добавим к этому еще легкий оттенок снобизма по отношению к остальным жителям Великобритании и немного черного юмора – и у нас получится современный портрет англичанина. Насколько этот образ соответствует истине, можно проверить только одним способом: выучить английский, поехать в Лондон и убедиться во всем на собственном опыте.

Пронякина М.

4 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Е.Г. Котова

К вопросу о различиях в стилях писателей мужского и женского пола в литературе XIX-XX веков

Из века в век мужчины и женщины являли собой вечное противостояние личностей, понять который сложно, но все же имеет место быть. На протяжении долгого времени женщины боролись за свою независимость, возможность доказать свой талант наравне с мужчинами. Наиболее ярким примером вечного противостояния мужского и женского может служить литература. Джейн Остин, Гюстав Флобер, Маргарет Митчелл, Джек Лондон. Этих писателей, несомненно, объединяет

литературный талант, и всемирная известность произведений популярных и по сей день. Каждому из них присущ его собственный стиль.

Главные герои у мужчин – писателей либо мужчины как Френсис Морган у Джека Лондона, либо начало повествования начинается с мужчины, но затем плавно переходит в повествование о женщине – Шарль, Эмма Бовари. У женщин-писателей главными героинями всегда или почти всегда остаются женщины примером могут служить произведения Маргарет Митчелл и Джейн Остин. Автору одного и того же пола с главным героем, легче передать его мысли, чувства и переживания.

Авторы-женщины обычно не имеют тенденцию писать настолько откровенно об отрицательных качествах своих героев. Их описания обычно спрятаны в сравнениях и метафорах. Авторы-женщины хотят, чтобы их произведения читали между строк: их герои обычно сочетают в себе два качества – приятную наружность и сложный, зачастую кажущийся для главной героини отрицательный характер. Например: мистер Дарси – его приятная внешность и аристократические черты привлекают внимание всех без исключения. Однако позднее, из-за его поведения, популярность мистера Дарси быстро пошла на убыль. Стали поговаривать, что он слишком горд, что он перед всеми задирает нос и что ему трудно угодить. Такое описание дает возможность читателю поразмышлять о нем как о личности, его характере, о том насколько реально его оценивают действующие лица романа. Или, например, мистер Ретт Батлер, которого автор описывает как мужчину приятной наружности, но в тоже время проводит сравнение с пиратом, что говорит о его отрицательных качествах. Слово «пират» само по себе имеет отрицательную коннотацию, т. к. в прошлом пираты занимались грабежом и насилием, и такая параллель с главным героем говорит о том, что возможно он совсем не так благороден, как его аристократические корни.

Такие сравнения как пилить, жаловаться на судьбу, желание найти «провинциалочку, чтобы подурачиться» – все эти выражения более свойственны авторам-мужчинам. Следуя мужской логике, описание нелюбимой или мало знакомой женщины всегда являет собой нечто отрицательное, а положительные характеристики, свойственные этим героиням приобретают мужские черты – суровый и непреклонный взгляд – что делает их менее женственными. Наиболее живым и ярким примером нелюбимой женщины может служить образ первой жены главного героя Шарля Бовари госпожи Дюбюк. *«… К тому же вдова была костлява, зубаста, зимой и летом носила короткую черную шаль, кончики которой висели у нее между лопатками; свой скелет она, как в чехол, упрятывала в платья, до того короткие, что из под них торчали лодыжки в серых чулках, поверх которых крест накрест были повязаны тесемки от ее огромных туфель».* Как мы видим, автор обнажает все визуальные недостатки этой героини, начиная с зубов и заканчивая лодыжками.

Произведения, написанные мужчинами, не уступают по объему и содержанию информации женщинам. Авторы-женщины имеют склонность к принципу избыточности героев в начале произведения, что отличает их от мужчин. Мужчина старается дать как можно более полный и содержательный портрет главного героя при этом, используя параллельно с ним как можно меньше второстепенных персонажей. Ярким примером может служить произведение Гюстава Флобера «Госпожа Бовари», в первой главе которого он описывает главного героя Шарля. *«…Новичок все еще стоял в углу, за дверью, так что мы с трудом могли разглядеть этого деревенского мальчика лет пятнадцати, ростом выше нас всех. Волосы у него были подстрижены в кружок, держался он чинно. Особой крепостью сложения он не отличался, его зеленая суконная курточка жала ему в проймах. Башмаки у него были грубые подбитые гвоздями. Это была натура уравновешенная: на переменах он играл, в положенные часы готовил уроки, в классе слушал, в дортуаре хорошо спал, в столовой хорошо ел. По четвергам после уроков Шарль писал матери красными чернилами длинные письма…»*

Женщина обычно либо акцентирует внимание на главной героине, ее лице, и сразу нескольких персонажах, либо задействует всю семью и «соседей» в одной главе, не используя каких-либо описаний внешности. Например, описание главной героини Скарлетт О’Хара в романе Маргарет Митчелл «Унесенные ветром». *«Скарлетт О’Хара не была красавицей, но мужчины вряд ли отдавали себе в этом отчет, если они, подобно близнецам Тарлтонам, становились жертвами ее чар. Широкоскулое, с точеным подбородком лицо Скарлетт невольно приковывало к себе взгляд. Особенно глаза – чуть раскосые, светло-зеленые, прозрачные, в оправе темных ресниц. На белом, как лепесток магнолии, лбу две безукоризненно четкие линии бровей стремительно взлетали косо вверх – от переносицы к вискам…»*

Женщины более внимательны к деталям, нежели мужчины. Женщина склонна описывать все до малейших деталей. Для мужчины главное действие, описание – лишь фон; для женщины детали – описание, а действие-фон.

Авторы-мужчины не уступают женщинам в описании костюма. Ярким примером может служить описание нарядов родственников, собирающихся на свадьбу Шарля и Эммы, в произведении Гюстава Флобера «Госпожа Бовари». *«… Наряды, извлекавшееся из шкафов только по торжественным дням: сюртуки – с длинными разлетающимися полами, с цилиндрическими воротничками, с широкими, как мешки, карманами; куртки – толстого сукна, к которым обыкновенно полагалась фуражка с медным ободком на козырьке; пиджачки — кургузые, с двумя пуговицами на спине, посаженными так близко, что они напоминали глаза, с фалдами, точно вырубленными плотником из цельного дерева…».* В этом

писании детали костюма живут сами по себе, не привязаны к какому- либо герою. У Маргарет Митчелл наряд главной героини является ее неотъемлемой частью: *«…Новое зеленое в цветочек платье Скарлетт, на которое пошло двенадцать ярдов муслина, воздушными волнами лежало на обручах кринолина, находясь в полной гармонии с зелеными сафьяновыми туфельками бел каблуков, только что привезенными ей отцом из Атланты. Лиф платья как нельзя более выгодно обтягивал безупречную талию, бесспорно самую тонкую в трех графствах штата, и отлично сформировавшийся для шестнадцати лет бюст…».*

В данной статье рассматривались только некоторые различия между авторами мужского и женского пола. На сегодняшний день эти границы почти стерлись, но все же еще существуют.

Темяшова Ю.

5 курс, факультет иностранных языков,
Московский государственный областной гуманитарный институт
Научный руководитель**: ст. преп. **О.Н. Павлова

Живущие иллюзиями романтики Теннеси Уильямса

Теннеси Уильямс, (Томас Ланьер Уильямс), появился на свет 26 марта 1911 года в городе Колумбусе в штате Миссисипи. В двенадцать лет он написал первое стихотворение, в семнадцать опубликовал в провинциальном журнальчике «Страшные истории» первый рассказ. Но писатель Теннеси Уильямс – крупнейший, наряду с Юджином О'Нилом, американский драматург 20 столетия – появился на свет несколько позже, в 1934 году, когда полулюбительская театральная группа в Мемфисе исполнила цикл его одноактных пьес. «Тогда и там театр нашли друг друга, – читаем в книге Уильямса «Мемуары» (1975). Т. Уильямс был одним из создателей новой драмы, он использовал особую художественную технику, и именно поэтому его произведения имеют огромную власть над сознанием. Художественный метод, которым пользуется Теннесси Уильямс в своих пьесах, по преимуществу психологический. Уильямс интересуется скрытыми от всех, даже от своего героя глубинами души, ее неожиданными движениями. В 1947 году драматургия Теннеси Уильямса, по мнению большинства критиков, достигла своего апогея, когда была написана самая сильная и глубоко психологическая драма «Трамвай «Желание». В этой пьесе схвачена драма смятенного человека, порожденная всем укладом жизни в обществе

На убогую окраину огромного города, в дом к Стэнли Ковальскому приезжает сестра его жены – Бланш Дюбуа. Для нее дом Ковальских – последнее пристанище. В прошлом – бестолковая, трудная, несчатная жизнь. Когда-то была «Мечта» – родовое поместье. Стелла, ее сестра, в свое время уехала в Нью-Орлеан искать своей доли. Надежды на

устройство личной судьбы почти нет. Стелла стала чужой. Когда она уезжает в родильный дом, Стэнли насилует Бланш, и Бланш сходит с ума. Уильямс ясно проводит мысль о том, что одиночество Бланш не результат ее распущенности, а следствие социальных условий. Представительница выродившейся южной аристократии, Бланш Дюбуа не приемлет мир Стэнли Ковальского. Но дело не только в том, что Бланш – тонкое, чуткое существо, предрасположенное к разладу со средой; Бланш обречена на катастрофу. Тонкость чувств (как и ее испорченность) делает ее нежелательной гостьей в мире «среднего человека». Культура, утверждает Уильямс, развивая конфликт Бланш – Стэнли, обречена на гибель перед лицом появившегося жизнеспособного, вульгарного «массового человека», подчиненного всякого рода регламентациям, но уверенного в себе.

Ведущее место в художественном строе драмы «Трамвай «Желание» занимает проблема существования в реальности идеала утонченной духовной красоты, разбивающейся вдребезги от натиска иного жизненного уклада и бессердечия. Элиа Казан, знаменитый американский режиссер, первым поставивший пьесу в 1947 году, – чутко уловил тему крушения хрупкой внутренней человеческой красоты и ее несовместимости с жестоким ординарным миром.

Над этой пьесой Теннесси Уильямс работает с утра до вечера, запоем, потом он уезжает в Нью-Орлеан и продолжает писать там. Летом 1946 года он осмелился прочесть ее своим друзьям – Марго Джонс (помощнице режиссера при постановке «Стеклянного зверинца») и ее приятельнице. Пьесу назвал «Покерная ночь». Друзья были в восхищении. Премьера состоялась в Театре «Этель Барримор» в Нью-Йорке 3 декабря 1947 года. Спектакль шел на сцене 855 раз. Со дня премьеры прошли десятилетия. За эти годы об Уильямсе спорили в печати, его восхваляли, уничтожали, называли гением. Все было, и только «Трамвай «Желание» с его тревожной романтикой и горькой реальностью катился по подмосткам мира, лишь слегка замедляя ход в 60-е годы, чтобы ворваться в 70-е с грохотом и шумом. Драматург вновь заполонил сцены Америки и Европы. Похоже, что Бланш навсегда поселилась на сцене. Автора прежде упрекали в пристрастии к сексуальной сфере. Находились критики, объясняющие именно этим ни с чем не сравнимый успех пьесы. Но драматурга всегда волнуют темы чувственной жизни, связанные с проблемами эмоциональной свободы.

Уильямс не идеализирует свою героиню. Наоборот, он сохраняет завидную объективность. Он не прощает ей ни пристрастия к виски, ни ее прошлой безответственности. И все же симпатии автора на ее стороне. Дар внутренней свободы, способность замкнуться в себе поразительная душевная тонкость и бескорыстие придают обаяния и пленительность одинокой, ранимой женщине. Страх одиночества и смерти, который прежде бросал в объятия случайных встречных, пригнал Бланш в дом к

Стэнли Ковальскому, заставил построить еще один «воздушный замок» при встрече с Митчем. *«Я всю жизнь зависела от доброты первого встречного»* – фраза, брошенная Бланш, которую можно поставить эпиграфом ко всему творчеству Теннесси Уильямса. Любовь оставалась для нее единственной вечной ценностью. Любовь – это нежность и уважение личных связей в мире, где дружеские личные связи хрупки и случайны. «Что противостоит смерти? Желание, любовь», – утверждает Уильямс. Только осуществить это ей не пришлось. И хотя вера в жизнь без насилия оказалась мифом, Бланш сохранила ее до конца. До последнего мгновения она борется за свое место под солнцем. И только бумажным фонариком, наброшенным на лампу, может отгородиться Бланш от мерзости жизни, которую с таким упоением утверждает Стэнли. Художественная ценность драмы во многом определена тем страстным негодованием, с которым автор предает проклятию торжествующую его победу.

Горько написан финал пьесы. Предчувствуя приближение опасности, Бланш в напряжении мечется от окна к окну, задергивая занавески, пытаясь, как дитя, ладонями защититься от угроз мира, находящегося за окном. Приходят врач и надзирательница, чтобы увести Бланш. Ремарка автора: «Сознание чрезвычайности своей миссии так и рапирает их обоих, что, несомненно, следует отнести главным образом за счет той наглости от сознания себя на особом положении, которое развивается у людей, состоящих на службе у государства». В финальной сцене Стив бросает короткую многозначительную фразу. В ней по непонятной логике ассоциаций есть сжатый до формулы итог разыгранной трагедии – Бланш нет больше, увели ее в сумасшедший дом. Ну и что? Что, собственно, случилось? Все идет как шло, заведенным порядком: «покерная ночь» продолжается – «в эту сдачу – семь на развод. В «Трамвае есть жестокость – говорил Уильямс в 1973 году журналу «Плейбой», – которую я считаю единственным смертным грехом».

Пьеса «Трамвай «Желание» стала первой «серьезной» американской драмой, получившей мировое признание. И сегодня она связана с событиями времени, как и была связана раньше. Как во всяком классическом произведении, с годами в ней открываются новый смысл и значение. Личное бедствие Бланш Дюбуа ставится в связь с общей драмой мира существования героев. Драматургия Теннеси Уильямса сочетает в себе тонкий психологизм с высокой культурой слова. Герои его пьес – живущие иллюзиями романтики, благородные и ранимые люди – противопоставлены грубой, безобразной действительности, лишены возможности обрести в ней счастье и гармонию, преодолеть одиночество. И все же, герои Уильямса могут торжествовать моральную победу: зная, что обречены на гибель в прагматическом обществе, они не отрекаются от своих идеалов.

Чистякова А.

4 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд.филол.наук, доц. **М.Н. Николаева

Структурные разряды ономастических фразеологизмов в английском языке

В каждом языке мира существует особый слой лексики, формировавшийся веками. Этот слой носит название «фразеологизмы», представляющий собой совокупность устойчивых выражений, имеющих самостоятельное значение, выражения, которые люди нашли меткими, точными и красивым.

Фразеологизм не тождественен слову и не эквивалентен ему полностью. «Он представляет собой лексическую единицу более сложного типа, так как смысловое значение, представляемое фразеологическим оборотом, выражается не одним словом, а сочетанием двух и более слов» [Кунин 1996].

Согласно А.М. Бабкину[1], существенными для фразеологической единицы (ФЕ) и отличающими ее от других языковых единиц, являются следующие признаки:

1. Смысловая целостность, развивающаяся вследствие семантического ослабления слов-компонентов, входящих в состав ФЕ.
2. Устойчивость сочетания слов, образующих ФЕ, т.е. воспроизводимость ее в готовом виде.
3. Экспрессивно-эмоциональная выразительность, как характерная стилистическая черта, присущая подавляющему числу ФЕ.

Хорошее знание любого языка невозможно без знания его фразеологии. Разумное использование фразеологизмов делает речь более яркой, выразительной и идиоматичной. С помощью фразеологических выражений, которые не переводятся дословно, а воспринимаются переосмыслено, усиливается эстетическое воздействие языка.

Проблемы структурной (синтаксической) организации фразеологических единиц, значения порядка расположения компонентов во фразеологизме, а также связи структурной модели и семантической характеристики фразеологизма являются актуальными в современной фразеологии.

«Под структурной фразеологической моделью понимается тип синтаксических конструкций, по которому образуется ряд устойчивых сочетаний. Структурная модель – это каркас фразеологизма, один из факторов, обеспечивающих его устойчивость и воспроизводимость, в

[1] Бабкин А.М. Лексикографическая разработка русской фразеологии. – М., 1964. –336 с.

определенной мере даже регулирующий его семантическую тождественность».[1]

Н.М. Шанский в зависимости от особенностей структуры разделил фразеологизмы на две группы: соответствующие сочетанию слов и соответствующие предложению.[2]

1. Фразеологические обороты, соответствующие по структуре сочетанию слов

1. Номинативные фразеологические единицы

Номинативные ФЕ являются оборотами, выполняющими функцию называния, то есть обозначения предметов, явлений, действий, состояний, качеств и т.п. В образных фразеологизмах в разной степени переплетаются экспрессивность, образность, интенсивность, эмотивность, оценочность.

А.В. Кунин разделяет номинативные ФЕ на относящиеся к «обозначению лиц» и «обозначению нелиц»[3], другие словами, обозначению объектов или явлений.

- Обозначение лиц
  - John Hancock (амер.) – собственноручная подпись (Дж. Хенкок – американский государственный деятель, чья подпись стоит первой под Декларацией независимости)
  - Ceasar's wife – человек, который должен быть вне подозрений («жена Цезаря должна быть вне подозрений» – слова Цезаря, объясняющие, почему он развелся со своей женой Помпеей)
- Обозначение нелиц (объектов или явлений)
  - the Trojan Horse – троянский конь, скрытая опасность
  - Colney Hatch – 1. психиатрическая больница (по названию деревни в графстве Мидлсекс, где в 1851 году была открыта психиатрическая лечебница) 2. безумие, сумасшествие;

2. Адъективные фразеологические единицы

Адъективные ФЕ содержат в своем составе прилагательное. Эти фразеологизмы дают характеристику лицу, предмету или действию. Согласно А.В. Кунину адъективные ФЕ делятся на 2 группы – «компаративные» и «некомпаративные» обороты.

- Компаративные ФЕ

Первый компонент компаративных ФЕ обычно употребляется в своем основном буквальном значении. Функция второго компонента всегда усилительная, так как он обозначает степень признака, выраженного первым компонентом. Как правило, в структуре таких фразеологизмов присутствует союз as – связка.

- as wise as Solomon – мудрый как Соломон (согласно библейской традиции, царь Соломон (965-928 гг. до н.э. славился

[1] Мокиенко В. М. Славянская фразеология. 2-е изд., исп. и доп. – М., 1989
[2] Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. Изд.5, испр. и доп. 2010. 272 с.
[3] Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка, Высшая школа 1996 с 381

необычайной мудростью)

- as safe as the Bank of England – «надежный как английский банк», абсолютно надежный, безопасный

- Некомпаративные ФЕ

Число некомпаративных адъективных ФЕ в английском языке незначительно, в большинстве своем они относятся к людям и содержат их характеристику.

- high and mighty – высокомерный, надменный, заносчивый

3. Адвербиальные и предложные фразеологические единицы

Адвербиальные ФЕ либо характеризуют действие с качественной стороны, либо обозначают обстоятельство или условие, при котором совершается действие.

- from China to Peru – «от Китая до Перу», с одного конца земли до другого;
- like a Trojan – добросовестно, решительно, результативно (работать)

4. Глагольные фразеологические единицы.

Основным компонентом глагольных ФЕ является глагол. Глагольные ФЕ могут быть мотивированными и немотивированными. Они могут основываться на метафоре, метонимии и образном сравнении, например:

- set the Thames on fire – сделать что-либо из ряда вон выходящее
- to raise Cain – поднять шум, скандалить
- fight like Kilkenny cats – бороться не на жизнь, а на смерть (Оборот восходит к легенде об ожесточенной борьбе между ирландскими городами Kilkenny и Irishtown, продолжавшейся до конца XVII в. и приведшей к их взаимному разрушению. Легенда давно забыта, что создает немотивированность оборота).
- to talk to smb. like a Dutch uncle – отечески наставлять кого-то.

5. Междометные фразеологические единицы.

В результате экспрессивного переосмысления междометные ФЕ превращаются в обобщенные выразители эмоций и волеизъявления, а иногда и того и другого вместе, вследствие чего значение их является немотивированным.

- by the Lord Harry – черт возьми (шутливое прозвище дьявола)
- by George, by Jove – гнев, удивление, досада, сожаление, уверенность и др.(святой Георгий считается покровителем Англии).

2. Фразеологические обороты, по структуре соответствующие предложению

Обычно под фразеологическими оборотами, по структуре соответствующими предложению, понимают пословицы и поговорки. Пословицы – это афористически сжатые изречения с назидательным смыслом в ритмически организованной форме. Поговорка – это широко распространенное образное выражение, метко определяющее какое-либо

жизненное явление. В отличие от пословиц, поговорки лишены прямого обобщенного поучительного смысла и ограничиваются образным, часто иносказательным выражением: легок на помине, как снег на голову, бить баклуши – все это типичные поговорки, лишенные характера законченного суждения.

Среди большого количества пословиц и поговорок, существующих в английском языке, наблюдаются также те, которые содержат ономастические единицы. Например:

- Homer sometimes nods – каждый может ошибиться = на каждого мудреца довольно простоты
- do in Rome as the Romans do = в чужой монастырь со своим уставом не ходят
- Queen Ann is Dead – «это было уже известно при покойной королеве Анне»= открыл Америку!
- All work and no play makes Jack a dull boy. – Работа без отдыха отупляет человека.
- An Englishman's home is his castle. – Дом англичанина – его крепость.
- April showers bring forth May flowers. – Ливни в апреле родят цветы в мае.
- East or West, home is best. – В гостях хорошо, а дома лучше.
- Rome was not built in a day. – Рим не за один день был построен.
- Too far East is West. – Противоположности сходятся.

Языковой материал выше приведенной классификации позволяет нам убедиться, как богат мир фразеологических оборотов, содержащих ономастические реалии, и насколько разнообразны модели их образования.

Пласт фразеологизмов, имеющих в своем составе имя собственное чрезвычайно важен в любом языке, а их правильное понимание и употребление может во многом помочь в изучении иностранного языка и общению с его носителями.

Литература

1. *Бабкин А.М. Лексикографическая разработка русской фразеологии. – М., 1964. –336 с*
2. *Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. – М.: Р.Валент, 2001. – С.*
3. *Жуков Влас, Жуков Анатолий. Русская фразеология: учебное пособие для филологических специальностей университетов, аспирантов и преподавателей. Издательство: высшая школа 2006.– С. 13.*
4. *Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь. – М.: Изд-во «Русский язык», 2005*
5. *Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка, Высшая школа 1996 с 381*
6. *Мокиенко В. М. Славянская фразеология. 2-е изд., исп. и доп. – М., 1989*
7. *Смит Л.П. Фразеология английского языка. – М., 1998. – 111 с.*

Секция «Социально-гуманитарные проблемы соременности»

Агафонова Д.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: доц. **А.Н. Шмелёва

Об институтах саморегулирования СМИ в мире

Идея о саморегулировании журналистского сообщества появилась на рубеже XIX и XX вв. в Европе и США, и ее возникновение было связано с образованием крупных газетных монополий, которые получили в свои руки инструменты манипулирования читателем и стали беспрепятственно ими пользоваться. Исследователь профессиональной этики журналиста проф. Д.С. Авраамов отмечает, что сложившаяся ситуация стала невыгодной для самих работников прессы.

Первые институты саморегулирования появились еще в начале XX в., но в систему саморегулирование СМИ стало оформляться уже после Второй мировой войны.

Сегодня основными механизмами саморегулирования СМИ в мире признаются этический кодекс, совет по прессе и омбудсмен. Остановимся подробнее на каждом из них.

Этические кодексы публично определяют функции, права и обязанности журналистов в сфере профессиональной этики и тем самым предоставляют журналистам указания в отношении оптимального осуществления их профессиональной деятельности. СМИ совместными усилиями разрабатывают такие своды профессиональных этических стандартов, которые становятся основой работы журналиста.

Первые достоверные сведения о формальном принятии кодекса этики относятся к 1918 г. – именно тогда Национальный синдикат журналистов Франции принял «Хартию поведения». Постепенно национальные кодексы этики стали появляться и в других европейских странах, а в 1923 г. американской ассоциацией газетных издателей были приняты «Каноны журналистики». Сейчас кодексы этики являются самым доступным и широко распространенным механизмом саморегулирования СМИ в мире.

По большей части кодексы содержат одни и те же принципы поведения журналиста, отличаясь только степенью детализации предмета.

Представляется возможным выделить шесть основных принципов журналистской работы, в той или иной мере содержащихся во всех существующих кодексах:

1) точность и правдивость публикуемой информации;
2) честность в методах сбора этой информации;

3) свобода выражения мнений, плюрализм в журналистских материалах;

4) отсутствие дискриминации по признакам расовых, этнических (национальных), половых различий, религиозных взглядов, социального положения, физических или каких-либо других особенностей группы или индивида;

5) уважение к источникам информации, авторскому праву и цитируемому тексту;

6) независимость от каких-либо политических и экономических сил.

Помимо национальных кодексов существуют отраслевые кодексы этики, предназначенные для работников разных типов прессы, теле- и радиовещания и т.д. Также собственные этические кодексы имеет большинство крупных средств массовой информации.

Кодекс профессиональной этики журналиста – это фундамент саморегулирования СМИ, и большинство стран мира в том или ином виде имеют такие кодексы. Тем не менее кодексы многими специалистами называются «косметическим дополнением» к другим институтам саморегулирования СМИ. Дело в том, что проблема состоит не в том, чтобы сформулировать принципы или правила, а в том, чтобы добиться от СМИ и от журналистов (что не одно и то же) их выполнения. Кодексы остаются сборниками благих пожеланий при отсутствии механизмов саморегулирования. Для этических кодексов необходим некий арбитраж, решения которого имели бы значение как для тяжущихся сторон информационного спора, так и для журналистского сообщества в целом. Таким «арбитражем» для системы саморегулирования СМИ стал **Совет по прессе.**

Он появился в 1916г. в Швеции в качестве Суда чести и был образован тремя основными профессиональными организациями журналистов Швеции – Союзом журналистов, Ассоциацией издателей газет и Клубом публицистов.

В конце 1920-хгг. Советы по прессе появились и в других скандинавских странах – в Финляндии и Норвегии, а уже после Второй мировой войны они получили распространение по всей Европе.

Резолюция 428 Парламентской Ассамблеи Совета Европы (1970) относительно Декларации о СМИ и правах человека рекомендует журналистам создавать обе формы саморегуляции (и кодексы, и советы), а советам по прессе вменяется в обязанность расследование и даже пресечение «случаев непрофессионального поведения с целью осуществления самоконтроля самими органами печати».

В разных странах советы по прессе имеют особенности: их различия лежат в сфере учредительства, состава, источников финансирования и методов функционирования. Но собирательный образ органа

представляется таким: это некоммерческая организация, в состав которой входят сами журналисты, владельцы СМИ, а также представители гражданского общества; это квазисудебный орган, помогающий решать конфликты в области профессиональной этики; его полномочия колеблются в диапазоне между «судом чести» и экспертно-консультативной комиссией, а решения обычно носят рекомендательный характер и исполняются по доброй воле. Цель таких организаций – защитить СМИ от чрезмерного государственного контроля, а гражданское общество – от недобросовестной журналистики.

Омбудсмен, еще один механизм саморегулирования СМИ, как правило, работает только в рамках конкретного средства массовой информации. Он осуществляет связь между сотрудниками данного СМИ и его потребителями, получает их комментарии и жалобы и пытается урегулировать разногласия между двумя сторонами.

Сейчас этот механизм получил распространение во всем мире, хотя процент изданий, имеющих омбудсменов, остается небольшим. Например, в США эта цифра составляет около 2% от общего количества ежедневных газет.

Для омбудсмена СМИ крайне важно, будучи напрямую вовлеченным в работу редакции, не являться ее частью, сохранять нейтралитет в возникающих конфликтах.

Омбудсмен следит за соблюдением основных принципов редакции СМИ:

1) предоставление максимально точной, полной и корректной информации;
2) четкое разграничение факта и комментария;
3) исправление допущенных ошибок;
4) соблюдение плюрализма мнений;
5) уважение прав личности и неприкосновенности частной жизни.

На практике ежедневная работа омбудсмена заключается в собирании и отслеживании критических замечаний и жалоб, поступающих в редакцию, получении комментариев членов редакции по данным инцидентам, а также примирение сторон. Кроме выполнения функции посредника, омбудсмен изучает деятельность редакции и указывает на отклонения от установленных этических норм.

Читатель, обращаясь в СМИ, имеющие в своем штате омбудсмена, получает быстрый ответ на свои претензии. К тому же, независимо от характера ответа, читательская потребность «быть услышанным» будет удовлетворена. А если претензии обоснованы, уже на следующий день газета может опубликовать опровержение или извинение. Важно и то, что, в отличие от адвокатских услуг, такая помощь всегда бесплатна.

Но наличие омбудсмена выгодно не только аудитории, но и самому СМИ. Наличие омбудсмена примерно на треть сокращает количество дел о клевете или диффамации, которыми им приходится заниматься.

Сейчас в том или ином виде три старейших института саморегулирования СМИ существуют на всех континентах.

Саморегулирование – не цензура и даже не самоцензура. Оно состоит в установлении минимальных принципов этики, достоверности, прав личности и так далее при полном сохранении редакционной свободы в том, что сообщать и какие мнения высказывать. Оно помогает средствам массовой информации реагировать на обоснованные жалобы и исправлять недочеты методом проб и ошибок. Утверждая стандарты, саморегулирование содействует сохранению доверия общества к средствам массовой информации. Это особенно важно для молодых демократических обществ, в большинстве из которых независимая пресса также представляет собой новое явление. Саморегулирование СМИ помогает убедить общество в том, что свободные средства массовой информации не безответственны.

Литература

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003.

*2. Бертран К.-Ж. С*О*О*С. Системы обеспечения ответственности СМИ// Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. 3-е изд., стереотип. М.: Галерия, 2004.*

3. Путеводитель по саморегулированию СМИ: Все вопросы и ответы. Вена: ОБСЕ, 2008.

4. Федотов М.А. Большое Жюри СЖР: точность – наша вежливость // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт, проблемы, перспективы становления в России. М., 2004.

5. Bruun L. Professional Codes in Journalism. Prague, IOJ, 1979.

Береговая Д.

2 курс, факультет «экономика и учет»
Университет Международного Бизнеса, г. Алматы Казахстан
Научный руководитель**: магистр, ст. преп. **А.В. Истомина-Нуркеева

Социально-психологические аспекты влияния общения в социальных сетях на социализацию молодежи

Глобальная компьютерная сеть привлекает студенческую молодёжь не только как удобный и почти всегда доступный источник разнообразных сведений, но, прежде всего, как среда общения, сфера игровой и учебной деятельности. Различные аспекты функционирования глобальной компьютерной сети Интернет проанализированы в исследованиях А.Е. Войкунского, Корсунцева И.Г., Кочетова А.Н., Носова Н.А., Дж. Сулер, К. Янг и др.[1-7]. Втягиваясь в мир Интернета, пользователь

находит в нем виртуальных друзей, понимание, которого нет в реальном социальном окружении, и постепенно утрачивает потребность в активном живом общении в реальном времени в социуме. В Казахстане молодые люди проводят в социальных сетях также достаточно много времени. Наличие данного социального явления свидетельствует об **актуальности** данной проблемы.

Цель: выявление влияния общения в социальных сетях на социализацию лиц юношеского возраста.

Задачи:

1. Изучить и проанализировать психологическую литературу по проблеме исследования;

2. Выявить социально-педагогические факторы влияния общения в социальных сетях на социализацию молодежи;

Исследование проводилось на базе УМБ в октябре 2010 года – январе 2011. Экспериментальную выборку составили 60 человек: 30 юношей и 30 девушек, в возрасте от 17-22 лет. Диагностическим инструментарием для исследования явился опросник. Опрос осуществлялся в анонимной форме.

По результатам экспериментального исследования 100% опрошенных девушек и юношей пользуются социальными сетями, при этом: общаются там от 3-5 ч в день 50% девушек и 60% юношей, более 5 часов (35% девушек и 30% парней), и не было среди респондентов тех, кто общается меньше 1го часа в день. Среди респондентов ежедневно социальные сети посещают женский пол – 70%, мужской – 75% , и лишь 10% несколько раз в неделю. Предпочтительной интернет-платформой для общения считают 70% девушек и 60% парней – социальные сети, а 20% девушек и 30% парней предпочитают чаты, остальные 10% девушек и парней пользуются электронной почтой. И никто из респондентов не выбрал предпочтительной базой общения: блоги, форумы. По результатам опроса парни считают, что основными мотивами для использования социальных сетей являются знакомство и общение с новыми людьми и развлечения (80%), а девушки это мотивируют преодолением коммуникативного дефицита: поиском друзей, однокурсников, одноклассников и общение с ними (70%). В то же время среди 90% опрошенных, как девушек, так и парней считают, что социальные сети помогают им в организации личного досуга. Подавляющее большинство девушек и парней (70%) утверждают, что не все люди из списка друзей в социальных сетях, действительно, являются их друзьями. Мотивация самоутверждения и аффилиации была представлена следующим образом: 40% опрошенных респондентов мужского пола и 25% женского пола, в информации о себе указывают преувеличенные сведения. Половина респондентов обоих полов указали, что использование социальных сетей помогло в личной жизни (новые знакомства, друзья), в то время, как

другая половина считает, что социальные сети никак не повлияли на их образ жизни. А абсолютное количество опрошенных (100%) согласны с тем, что существует тенденция к появлению зависимости человека от социальных сетей, таких как «Одноклассники», «Вконтакте» и прочих. 80% респондентов женского пола и 65% респондентов корректируют частоту посещения социальных сетей. Среди преимуществ социальных сетей были выделены, следующие: свобода общения, анонимность, возможность завести много новых друзей и знакомых, пообщаться на любые темы с человеком любого возраста и социального статуса, возможность открыто высказать свое мнение, посмотреть фото и видео других людей; найти любую музыку и фильмы, возможность поддерживать связь со знакомыми и родственниками из других городов и стран, высокая скорость общения. Среди недостатков социальных сетей отмечали: «очень сильно затягивает», осознание зря потраченного времени на общение, деградация молодежи, спам, наличие лживых сведений в анкете интернет-собеседника или в самом процессе общения.

Выявленные нами в процессе эксперимента особенности позволили сформулировать следующие выводы:

1) Большая часть молодежи общается в социальных сетях от 3-5 часов в день;

2) Девушки-пользователи Интернета отличаются от парней по мотивационным и психологическим характеристикам: у девушек важное место занимают коммуникативные мотивы, а у парней знакомство и общение с новыми людьми и развлечения, таким образом, не были выделены мотивы, связанные с учебной или будущей их профессиональной деятельностью;

3) Практически все респонденты считают, что Интернет делает обыденную жизнь более интересной и разнообразной и является местом для досуга. Это происходит за счет, возможности найти новых друзей, свободы общения, анонимности, высокой скорости общения, новых впечатлений. Причем, не все в списке контактов являются их друзьями;

4) Более ярко, чем у девушек, у парней выражена мотивация самоутверждения и аффилиации, они чаще в информации о себе указывают преувеличенные сведения. Также, оба пола указали, что не всегда «имидж в интернете» соответствует реальному образу человека и не все люди из списка друзей в социальных сетях, действительно, являются их друзьями;

5) Все опрошенные согласились с тем, что существует тенденция к появлению зависимости человека от социальных сетей, даже некоторая деградация и мешает учебной деятельности. Но, подавляющее большинство стараются минимизировать интернет-общение в своей жизни;

6) Существует необходимость в социально-педагогической работе с молодежью: своевременной диагностики «интернет-зависимости» у молодежи и проведение социально-педагогических мероприятий в образовательных учреждениях.

Литература

1. Войскунский А.Е. Психологические исследования феномена Интернет-аддикции I А.Е.Войкунский II Тезисы 2-й Российской конференции по экологической психологии (Москва, 12-14 апреля 2000 г.).- М., 2000. – С.251-253.

2. Корсунцев И.Г. Философия виртуальной реальности / И.Г. Корсунцев // Виртуальная реальность: Философские и психологические аспекты. – М., 1997. – С. 50.

3. Кочетов А.Н. Влияние Интернета на развитие общества / А.Н. Кочетов // Информационное общество. – 1999. – № 5. – С. 43-46, С.51.

4. Носов Н.А.. Психологические виртуальные реальности / Н.А. Носов. – М, 1994.

5. Suler J. Cyberspace as Psychological Space : I J. Suler. – Available at

6. Young K. S. What makes the Internet so addictive: Potential explanations for patho logical Internet use I K.S. Young II Paper presented at the Annual Meeting of the American Psychological Association, Chicago, IL, August, 1997: [Electronic resource]. – Availableat: http://netaddiction.com/articles/habitforming.htrn

Брагина М.

5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: доц. **А.Н. Шмелёва

Франция принимает законы о соблюдении прав интеллектуальной собственности в Интернете

Сегодня в эпоху бурного развития информационных технологий, ускорения процессов информатизации, развития систем массовых коммуникаций, глобализации и интернационализации Интернет приобрел функцию мирового информационного ресурса. Совершенно неизмеримый объем данных охватывает все области интересов мирового сообщества.

Распространение Интернета и внедрение цифровых технологий породили так называемую дематериализацию культурной продукции (музыкальные произведения, фильмы, сериалы и пр.) вследствие повсеместного употребления новых цифровых форматов (например, MP3 вместо CD-дисков). В результате изменения носителя стоимость создания копии становится практически нулевой. «Обесценивание» культурного продукта, снижение продаж, увеличивающееся количество нелегальных обменов аудио- и видеофайлами – вот лишь небольшая часть проблем, остро заявивших о себе в цифровую эпоху.

В борьбе с этим положением индустрия культуры действует в двух направлениях. Во-первых, активно развивает собственную сеть продаж в Интернете, делая предложение более интересным и актуальным. Во-

вторых, ведет юридическую и техническую борьбу с нарушителями. Последний шаг в этом направлении – принятие во Франции новых законов.

В обществе и экспертной среде идея утверждения законов была принята не только без особого энтузиазма, но и со значительной долей скептицизма (особенно в том, что касается мер борьбы с пиратством в Интернете), то представительствами ряда стран (например, Великобритании, Италии, Испании) инициатива французских властей была встречена с интересом, во всяком случае на законодательном уровне.

Новый законопроект вызвал бурную полемику в средствах массовой информации Франции.

К возражениям общего характера, касающимся идеи и формы законопроекта, можно отнести следующие. Прежде всего, невозможно точно определить долю «пиратского» потребления цифрового культурного продукта и то, насколько сильно оно повлияло на падение продаж в сфере культуры. В этом смысле неправильно перекладывать ответственность за кризис только на потребителей.

Особенно острой критике подверглась юридическая правомерность разработанных мер наказания интернет-пиратов – «дифференцированных ответных действий». Эти меры заключались в двух предупреждениях, высылаемых на электронный адрес нарушителя, и при третьем нарушении – в отключении доступа в Интернет. Многие оппоненты отмечали незаконность таких мер, так как они вступают в противоречие с Конституцией, основополагающим документом страны.

По мнению аналитиков, принятие данных мер, которые называют «концепцией трех предупреждений», во многом произошло из-за активных усилий президента Франции Николя Саркози. Немалую роль в продвижении законопроекта сыграли провайдерские компании, которые недосчитываются прибыли из-за незаконного файлообмена.

Любопытно, что в первой половине апреля нижняя палата французского парламента отклонила данную инициативу. Хотя до этого законопроект был одобрен французскими законодателями в предварительном чтении. Но затем документ подвергся мощной критике со стороны интернет-пользователей Франции. Тем не менее, глава государства настоял на повторном обсуждении данного вопроса законодателями. И добился желаемого результата.

Итог – законопроект, проходивший в материалах СМИ как закон «Творчество и Интернет» был принят в два этапа. Вступил в силу 12 июня 2009 г. Раздел о процедуре отключения от Интернета, доработанный в соответствии с рекомендациями Конституционного совета, принял вид отдельного закона.

Что касается технической стороны законопроекта, то сомнения вызвала уже возможность отслеживания пиратов. Пользователи либо

найдут способ обходить закон, либо будут обмениваться файлами другим способом, не используя сеть.

Для решения этих вопросов была создана специальная структура, Высший орган по распространению произведений и защите авторских прав в интернете – АДОПИ, которая берет на себя функцию «полиции» Интернета. Эта административная служба состоит из коллегии и комиссии по защите прав. Миссия – способствовать развитию легального предложения цифровой культурной продукции и пересечению ее нелегального потребления в Интернете.

Таким образом, Франция становится первой страной, в которой появляется закон о борьбе с пиратством в Интернете.

Бувалая Т.

5 курс, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: доц. **А.Н. Шмелёва

Интернет в медиаметрическом пространстве Франции

В настоящее время во Франции Интернет уверенно позиционирует себя в качестве одного из видов средств массовой информации. Именно в этом качестве он становится объектом медиаметрических исследований, которые регулярно осуществляются крупнейшими французскими компаниями «Медиаметри» и «ТНС-Софрес».

Приоритетное право на определение особенностей французского Интернета и обрисовку его пользователей принадлежит крупнейшей медиаметрической компании Франции «Медиаметри».

«Медиаметри» объединилась с компанией «Нэт Рейтингс». Постепенно созданная «Медиаметри» и «Нэт Рейтингс» единая панель аудитории во Франции» превратилась в важнейшую медиаметрическую службу, результаты деятельности которой служат основанием для материалов по медиапланнингу СМИ-агентств и определенных ведомств, которые оценивают достижения рекламных акций.

Официальное название этой необходимой «Медиаметри» службы – «Французская панель «Медиаметри» / «Нэт Рейтингс».

Измерение интернет-аудитории данная служба осуществляет ежемесячно. Это позволяет уловить малейшие изменения в среде интернет-пользователей и сделать выводы о конкретных изменениях той французской интернет-аудитории, которая видит в Интернете один из видов СМИ.

Каждый месяц опрашивается 25 000 респондентов; опрос производится по телефону и непосредственно через Интернет. Все респонденты проживают на территории Франции; их возраст – от двух лет и более. В процессе систематизации респондентов учитываются два

параметра: пол (мужской/женский) и возраст (дети до 11 лет, подростковая аудитория до 17 лет, молодежь и т.д).

Благодаря уникальной методике, применяемой сегодня «Французской панелью «Медиаметри» /«Нэт Рейтингс», можно проследить, какие именно сайты посещают французы. В настоящее время наибольшей популярностью пользуются следующие категории сайтов:

- сайты общей информации;
- сайты интернет-магазинов;
- сайты для любителей путешествий.

В сентябре 2008 создается новая программа для измерения интернет-аудитории – «Нэт Сайт», фиксирующая новейшие интернет-технологии. С появлением этой программы стало возможным измерять и общее количество интернет-пользователей, и количество пользователей каждым сайтом в отдельности.

Последние данные «Нэт Сайт» дают возможность сделать следующие выводы.

1) Наиболее популярны во Франции сайты, посвященные автомобильной тематике. Общее количество постоянных пользователей – свыше 6 млн человек. Данные сайты посещают и «уникальные визитеры», и «случайные визитеры».

2) Были выявлены сайты, вышедшие на первое место по увеличению количества пользователей. Явный прогресс просматривается у университетских сайтов. Вслед за ними идут информационные сайты: на них заходят 3 посетителя Интернета из 10.

3) 97% французских пользователей выходят в интернет дома. Важно, что в настоящее время более чем 14 млн домовладений имеют подключение к Интернету.

4) Учитывая все виды подключений (домашнее, с места работы, из интернет-кафе), медиаметрическая служба определила 50 самых посещаемых сайтов. Среди них: Google, Microsoft, France Telecom, Pages Jaunes, Yahoo!, Groupe Lagardere, Groupe TF1, Le Monde, Gouvernement Francais, Meteo France.

Делая Интернет, как вид СМИ объектом своего исследования, использует его и как способ заявить о своей «открытости».

Однако не только «Медиаметри» поднимает вопрос доверия аудитории своим средствам массовой информации, его ставит во главу своих исследований и другая медиаметрическая компания – «ТНС-Софрес».

С 1987 г. «ТНС-Софрес» осуществляет медиаметрическое исследование по заказу и при участии газеты «Круа».

Главный вопрос исследования – вопрос о доверии к СМИ со стороны аудитории, поэтому медиаметрическое исследование носит официальное название «барометр доверия».

В технических данных указаны количество респондентов и метод опроса.

В процессе систематизации респондентов учитываются следующие параметры: пол, возраст, профессия, партийные предпочтения, уровень образования, принадлежность к социально-экономическому классу.

Помимо прочего, цель «барометра» состоит в ответах на следующий вопрос: проверяют ли жители Франции информацию, полученную в прессе, посредством радиовещания или телевидения, через Интернет.

Интернет оказывается как бы средством определения достоверности не-интернет-информации.

Итоги детализированного исследования аудитории позволяют отметить, что женщины менее доверяют интернет-информации, чем мужчины; что Интернет удел молодой аудитории; что профессия пользователя многое определяет в его отношениях с Интернетом: менее всего пользуются Интернетом французские пенсионеры, а также рабочие, работники торговли, представители творческих профессий.

Партийные пристрастия почти совсем не влияют на отношение респондентов к интернет-информации. А вот образовательный уровень в этом плане очень важен. Чем ниже образование человека, тем меньше он пользуется Интернетом как видом СМИ.

Исследования показали, что во Франции существует определенная связь между прессой и Интернетом. Больше других интересуются интернет-информацией респонденты, читающие прессу; меньше всех – лица, которые вовсе отказываются от чтения газет.

Кроме того, медиаметрические исследования показывают, что пользование новым видом СМИ характерно для элиты общества, причем процент доверия к интернет-информации здесь превышает процент недоверия на 12 пунктов. Меньше других к услугам Интернета прибегают представители среднего низшего класса и низших слоев населения.

Таким образом, в результате медиаметрических исследований Интернет предстает сегодня как один из новейших видов СМИ, интересный своей технической эволюцией, привлекательный для все большего количества потребителей информации, так как он обладает возможностями других видов СМИ и одновременно отличается своеобразием подачи журналистских материалов.

По данным медиаметрических исследований, именно Интернету больше всего доверяет французская СМИ-аудитория. Более того, Интернет является своеобразным инструментом для проверки информации, предоставляемой традиционными видами СМИ – печатной прессой, радиовещанием, телевидением. И хотя главным «минусом» Интернета остается непроверенность многих информационных сайтов, это не мешает новейшему виду средств массовой информации и далее завоевывать симпатии французской СМИ-аудитории.

Литература

1. Вартанова Е.Л. Саморегулирование в информационном обществе // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2006. №3.

2. Виноградова Т.Ю. Место интернета в медиаметрическом пространстве Франции // Вестник МГУ. Серия 10. журналистика. 2010. №2.

3. Интернет ресурс: www.mediametrie.fr

Вохмицев Д.

2 курс, исторический факультет,
Вятский государственный гуманитарный университет
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **М.Ш. Ракипова

Ситуация в Ливии глазами политиков, российских и зарубежных СМИ

Конфликты в странах северной Африки, в частности, в Ливии, Египте, Тунисе привлекают большое внимание исследователей, аналитиков. Если в Египте ситуация была предельно понятной: были ясны причины революции, состав её участников и т.д., то ливийская революция, переросшая в настоящую гражданскую войну, вызывает множество споров в СМИ, которые в свою очередь перетекают в настоящую информационную войну. Задачей этой работы будет исследование позиций политиков, различных СМИ, как российских, так и зарубежных. Следует учитывать, что данная работа писалась в тот момент, когда коалиция участников стран НАТО, согласно резолюции Совбеза ООН, начала военную операцию в Ливии.

Силовики Каддафи утверждают, что победа над повстанцами почти в их руках, и никакой революции вообще нет [1], а оппозиция и близкие ей СМИ, в частности, телеканал Al Jazeera заявляют о перевесе сил оппозиции.

Отличительной чертой данного конфликта стала беспрецедентная угроза жизни и здоровью журналистов, освещающих данный конфликт. В частности, издание Washington Post информирует о пропаже сотрудников французского издательства Agence France-Presse [2].

Особенностью позиций российских СМИ, различного рода посетителей социальных сетей в Интернете, блогов является крайняя поляризация их оценочных суждений о событиях в Ливии. Даже факты, описываемые различными информационными агентствами, выражают прямо противоположные точки зрения [3, 4].

Позицию российских СМИ, политиков и электронных издательств во многом определяет их отношение к режиму Каддафи. Явные сторонники: коммунистические, национал-патриотические СМИ приветствуют его режим, протестуют против вмешательства во внутренние процессы Ливии войск НАТО [4].

Российские демократы, наоборот, выступают за гуманитарную интервенцию войск НАТО, чтобы обезопасить ливийцев от режима Каддафи [5].

В то же время, в западных СМИ также нет единодушия в оценках режима Каддафи. Это связано, в первую очередь, с неопределённостью западных политиков по ливийскому вопросу. С одной стороны, они признают оппозиционное режиму Каддафи правительство единственно легитимным, с другой, не решаются на силовую помощь Ливии.

Но западные медиа-ресурсы более однозначны в своей оценке по сравнению с российскими СМИ. Даже журналисты и политики, придерживающиеся «левых» взглядов, дают негативную оценку режиму Каддафи [6].

Фактическая интервенция стран НАТО в Ливию также вызвала ряд дискуссий. Так, премьер-министр РФ Владимир Путин отметил, что находит резолюцию Совбеза ООН по Ливии «неполноценной и ущербной». «Она разрешает все и напоминает средневековый призыв к крестовому походу. Фактически она позволяет вторжение в суверенную страну» [7].

В то же время, российский президент Дмитрий Медведев заявил о том, что «...в настоящий момент по-разному характеризуют происходящее, – я считаю, нужно всем быть максимально аккуратными в оценках. Ни в коем случае недопустимо использовать выражения, которые, по сути, ведут к столкновению цивилизаций, типа «крестовых походов» и так далее» [8]. По поводу резолюции Совбеза ООН по Ливии он отметил следующее: «Руководствуясь именно этими соображениями, Россия поддержала резолюцию Совета Безопасности ООН 1970 и пропустила резолюцию 1973 – именно в целях защиты населения и недопущения эскалации конфликта. Но, безусловно, мы исходим из того, что принятие любых резолюций Советом Безопасности ООН должно быть направлено на укрепление мира, на прекращение гражданской междоусобицы, на недопущение эскалации конфликта и недопущение гибели гражданского населения» [8].

К тому же, возник спор о жертвах. Одни считают виновными в убийстве гражданского населения режим Каддафи, другие – НАТО. В то же время в РФ и по всему миру проходят акции, на которых выражается протест вмешательству альянса НАТО во внутренние дела Ливии [9]. В Интернете организован сбор подписей под обращением «В Организацию Объединённых Наций, другие международные организации, главам государств, государственным деятелям, политическим лидерам, в парламенты и средства массовой информации» [10]. В обращении отмечается, что « …средства массовой информации обрушили на население планеты огромное количество лжи о том, что происходит в этой стране. Законную власть Ливии без каких-либо доказательств обвиняют в

ужасных преступлениях. Опубликованные фотографии, видеозаписи и документы свидетельствуют о том, что видимость революции в Ливии была создана правительствами и специальными службами ряда влиятельных государств» [10].

Таким образом, конфликт в Ливии до сих пор остаётся предметом ведения информационных войн различными СМИ, в первую очередь электронными.

Это лишь небольшая часть оценок событиям, освещённым в СМИ на сегодняшний день. С каждым днём ситуация меняется, будем следить за событиями.

Литература

1. Сын Каддафи: в Ливии нет восстания [Электронный ресурс] // Корреспондент.net. – 4 марта, 22:22. – Режим доступа: http://korrespondent.net/world/1193183-syn-kaddafi-v-livii-net-vosstaniya . – Проверено 20.03.2011.

2. Libya releases New York Times journalists [Электронный ресурс] // Washingtonpost – Режим доступа: http://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/libya-releases-times-journalists/2011/03/21/AB8v2r6_story.html . – Проверено 20.03.2011.

3. Кто, с кем, за что и против кого воюет в Ливии [Электронный ресурс] // АнтиКаддафи. – Режим доступа: http://community.livejournal.com/antikaddafi/11111.html . – Проверено 20.03.2011.

4. Свободу Ливии! Все мы – джамахирительные! [Электронный ресурс] // rksm.ru. – Режим доступа: http://rksm.ru/node/513 . – Проверено 20.03.2011.

5. Позор западным странам! [Электронный ресурс] // jk289. – Режим доступа: http://jk289.livejournal.com/131737.html . – Проверено 20.03.2011.

6. Support the Libyan revolution! [Электронный ресурс] // internationalviewpoint.org. – Режим доступа: http://www.internationalviewpoint.org/spip.php?article2001. – Проверено 20.03.2011.

7. Путин о "Крестовом походе" в Ливии. [Электронный ресурс] // youtube.com. – Режим доступа: http://www.youtube.com/watch?v=F1whyeNscRs . – Проверено 20.03.2011.

8. Заявление Президента России в связи с ситуацией в Ливии. [Электронный ресурс] // kremlin.ru. – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/news/10701. – Проверено 20.03.2011.

9. Руки прочь от Ливии: Пикет у представительства Еврокомиссии в Москве. [Электронный ресурс] // ru_cprf. – Режим доступа: http://community.livejournal.com/ru_cprf/804726.html. – Проверено 20.03.2011.

10. Stop the WAR! Stop aggression against independent Libya! [Электронный ресурс] // ipetitions.com. – Режим доступа: http://www.ipetitions.com/petition/free-libya. – Проверено 20.03.2011.

Гедгафова Н.
2 курс, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц.* ***В.С. Юдов

Татуировка как феномен культуры

Татуировка всегда интриговала людей. Ее считают символом таинственности. Она принадлежит к числу наиболее древних обычаев. Татуировка не только выдержала испытание временем, но и прошла процесс изменения, приспособившись к потребностям и вкусам практически всех слоев общества. Татуировка – значительно больше, чем рисунок на коже. Возможно, это канал связующий душу и тело. Для кого-то тату несет в себе глубокий философский смысл и тесно связана с ритуалами и обычаями, создавшего её народа. Для некоторых это просто дань моде. Многие из тех, кто сами никогда не решатся на подобный шаг, соглашаются сегодня с тем, что тату – это красиво. В наше время татуировка превратилась в одно из направлений искусства. Это целая империя со своими законами, стилем и языком.

Татуировка имеет долгую и интересную историю, в которой чередуются периоды взлетов и падений популярности. Это объясняется тем, что татуировка относится к числу спорных или даже сомнительных способов украшения человеческого тела. По сей день у большинства представителей современного общества она вызывает негативные ассоциации. В мнении большинства, татуировка – атрибут преступника, его опознавательный знак, тайный код, информирующий посвященного о месте конкретного лица в иерархии.

Традиция татуировки, или нанесение на тело человека узоров и рисунков путем наколов на коже и введение в них краски, уходит корнями вглубь тысячелетий, Задолго до появления архитектуры, музыки и тем более моды наши предки украшали свое тело татуировкой. Трудно сказать, когда именно человек нанес впервые рисунок на свою кожу. Но доподлинно известно, что история татуировки насчитывает не менее шести тысяч лет. Изначально, тела размалевывали для отпугивания злых духов, для украшения, для подчеркивания общественного положения и ранга, а также в культурных целях. Однако эта живопись была непрочной. Возникла потребность в способе, позволяющем создавать узоры, сохраняющиеся длительное время. Кожу стали надрезать и накалывать. Вначале появилась татуировка рубцами, которая и поныне применяется у отдельных темнокожих племен на островах Океании. Греки накалывали зашифрованные татуировки своим шпионам, а римляне, таким образом, клеймили преступников и рабов. Ибн Фадлан описывая в своей книге «руссов» предположил, что татуировки носили ритуальный, магический, обереговый характер. То есть были призваны показать статус человека, а

заодно оградить от темных сил и даровать поддержку Богов. Татуировки в виде деревьев, которые подметил Ибн Фадлан не случайны. Ведь деревья у славян, как и у иных индоевропейских народов являются символом жизни. Также в качестве татуировок скорее всего использовались изображения зверей, символы воды – одна (или больше) короткая волнообразная линия, солярные, солнечные символы – либо в виде тележного колеса, или же крест с расходящимися загнутыми линиями (свастики). Но самым важным мотивом оставалось и остается желание человека украсить себя. Это подтверждает песнь, которую пели при выполнении татуировки в Полинезии:

«...Пусть каждая линия будет проведена на теле великого богатого мужа,

Пусть фигуры будут красивы! А на теле мужа, который ничего не может,

Проведи линии и кривые, и не замыкай их!...»

В средневековой Европе христианская церковь постаралась уничтожить традиции татуировки, считая ее варварским наследием. Трудно судить о том, что стало бы с татуировкой в Европе, если бы не необходимость морских сообщений. Своим возрождением в Старом Свете этот вид искусства обязан печально известному капитану Джеймс Куку. Вернувшись в 1771 году, из своего первого путешествия, к берегам Австралии и Новой Зеландии он привез с Таити не только само слово “tattoo”, но и туземца, татуированного с головы до ног. Его появление вызвало у англичан небывалый ажиотаж и повальное увлечение татуировкой. Сначала татуировки делали себе моряки и простой люд. Они использовали их как символ братства, солидарности, верности традициям. Позже татуировки стала делать и знать. Отсюда мода на нательные рисунки распространялись по всей Европе.

В конце XIX века страсть к татуировке охватила Англию и весь англо-говорящий мир. Она стала быстро распространяться среди всех слоев общества. Перелом в отношении к татуировке наступил при участии принца Уэльского. Во время неофициального визита в Японию в 1881 году, он посетил студию Хори Чио, выдающегося тату мастера, который выполнил на теле принца рисунок дракона. Об этом узнали лондонские журналисты, а потом и широкая общественность. В итоге татуировка стала модной. Сначала в высших кругах, а потом и всего общества.

Всю первую половину XX века и Европа и Америка ходила со стандартным набором незамысловатых картинок. И только благодаря мощному всплеску молодежной культуры 50-60 годов появилось новое поколение татуировщиков, творческие амбиции и смелые эксперименты которых вновь возвели тату в ранг искусства. Они широко заимствовали традиционные образы других культур – Дальнего Востока, Полинезии, американских индейцев, создавая захватывающие гибриды, новые стили,

школы и направления. Так начался новый, современный этап тысячелетней тату.

Первым профессиональным татуировщиком в Англии был Парди. Но наибольшую известность, как мастер татуирования, получил Том Райли. Профессиональный военный, наделенный даром к рисованию. Он татуировал офицеров в годы Южно-африканской и Суданской компании. Его американский кузен Сэмюэль О'Райли занимался татуировкой в Нью-Йорке, именно ему принадлежит патент на электрическую машинку для татуирования. Наиболее прославленным среди европейских художников-татуировщиков был Уильям Мак Доналд, которого современники называли «Рафаэлем татуировки». Его фешенебельная студия «Хамман» располагалась в Лондоне. Даже высшее общество посещало Мак Доналда по записи. Именно он ввел в английский язык слово "tattooist" (татуировка) заменив термин "tattooer". Дело в том, что окончание "-er" в литературном английском, характерно для обыденных профессий (сантехник – plumber или каменщик – bricklayer), а термин "tattooist" ставит татуировку в ряд культурных и изысканных родов деятельности.

То исчезая, то возрождаясь вновь татуировка проходит через всю историю человечества от древних египетских захоронений до наших дней. На протяжении многих веков люди украшали свое тело различными символами, руническими знаками или традиционной японской татуировкой, покрывающей большую часть тела. В последние годы искусство тату стало невероятно популярным. Все типы рисунков, которые сегодня можно встретить на телах населения любой страны, можно разделить на две группы. Первая служит утилитарным целям. Татуировки этой группы можно рассматривать как символы и знаки отличия неформальных групп. Так, например, **татуировки у «скинов»** – нацистская символика и накожные портреты вождей рейха. Перевёрнутый крест и число Зверя (666) часто ассоциировались с сатанизмом. **Хиппи** предпочитали «абстрактную» символику: листики марихуаны, знаки инь и янь, пацифики и многое другое, выполненное немыслимыми цветами. **Металлисты и панки** отвязывались на полную катушку: драконы, черепа, скелеты, лешие, русалки, чародеи, мутанты. Что касается татуировок второй группы, они служили в эстетических целях, для украшения своего тела. Но так или иначе, обе группы татуировок подчеркивали характер владельца, стиль, образ его жизни и дух времени. Татуировка – это не боль, это философия превращения страха в гордость, а дискомфорта – в искусство. В наше время татуировка также стала массовым увлечением, охватившим все слои населения. Люди самых разных профессии продолжают отдавать дань этому древнему искусству, покрывая тело знаками, которые в наше время могут иметь абсолютно любое значение. И не удивительно, потому что искусство всегда остается искусством,

независимо от времени. А совершенствование собственного тела никогда не выйдет из моды.

Емельянова М.

3 курс, Институт социологии и права,
Российский государственный профессионально-педагогический университет
Научный руководитель**: доц. **О.В. Южакова

Речевая агрессия в средствах массовой информации

Речевой этикет является важным элементом национальной культуры. В лексике, речевом поведении, устойчивых формулах (стереотипах) общения отражен богатый народный опыт, неповторимость обычаев, образа жизни, условий быта каждого народа.

Низкий уровень культуры современного российского общества приводит к недооценке этических и правовых норм отдельным гражданином. Это ведет к потере нравственности в обществе, русского самосознания, русского языка, что характеризуется деградацией личности, общества и всего государства. Все это оказывает влияние на общественные отношения, в которых усиливаются конфликтные ситуации, разрешение которых требует введения новых правовых норм. Особенно остро проявляется лексическая агрессия, по мнению автора, в средствах массовой информации.

Однако порой имеют место ситуации, когда одна из сторон в ущерб другой сознательно и активно совершает речевые действия, которые могут выражаться соответствующими негативными средствами языка и речи. Такие речевые действия говорящего – субъекта речи – определяют речевое поведение другой стороны – адресата: он, осознавая, что указанные речевые действия направлены против его интересов, предпринимает ответные речевые действия подобного рода, выражая отношение к предмету речи или собеседнику. Это явление называют речевым конфликтом [1].

Одним из проявлений подобных конфликтов является речевая агрессия. Данное понятие относится к сфере речевого поведения, которое мотивировано агрессивным состоянием говорящего. Принято различать два проявления случаев речевой агрессии в живом общении и, особенно, в текстах, публикуемых в средствах массовой информации. Во-первых, автор может прямо призывать адресата к агрессивным действиям. Во-вторых, автор, говоря на определенную тему, вызывает или поддерживает агрессивное состояние адресата. Одним из проявлений подобной агрессии является употребление ненормативной лексики, которая, безусловно, носит оскорбительный характер. В современном мире и в печатной продукции, и в различных телевизионных и радиопередачах все чаще

встречается подобное явление, что порой служит поводом для речевого конфликта.

К сожалению, указанная лексика теперь встречается и в художественной литературе, и в периодической печати, и в электронных средствах массовой информации, и в кинофильмах, и в устной публичной речи политического характера, и в театральных постановках и т.д.

Употребляя слова данных категорий, даже если человек не стремится оскорбить или унизить другого, своими словами он, разумеется, реализует свое право на свободу слова, но все равно вторгается в права других лиц. Таким образом, можно говорить о правонарушении, связанном с речевой агрессией.

Современная лингвистика рассматривает речевые действия как полноценную деятельность со всеми ее компонентами, к ним относятся: мотив (намерение, интенция), цель, способы и средства ее осуществления и результат (речевое произведение). С юридической точки зрения, интенция как компонент правонарушения может трактоваться как умысел, средства (трактуемые в лингвистике в аспекте нормативности) могут оцениваться с точки зрения их правовой нормативности (законности/незаконности применения), результат же может трактоваться с позиций его соотнесения с законом как правонарушение [2].

Наличие правовых норм, в свою очередь, предполагает ответственность за их нарушение. Все это позволяет предположить возможность приравнивания речевых действий, входящих в юрисдикцию законов, к деяниям других различных типов, ведущих к необходимости юридического вмешательства. Нарушение этических и правовых норм, возникающее при этом, имеет с таких позиций признаки правонарушений, так называемых «речевых деяний». К ним можно отнести речевое хулиганство (например, бранная речь в общественном месте), речевое воровство (плагиат), речевое мошенничество (манипулятивное использование языка в рекламе, политике, медицине и т.д.), превышение власти в области русского языка (например, злоупотребление словом автора публикации, недаром СМИ позиционируют как «четвертую власть») и т.д.

Безусловно, свобода слова ныне является серьезной политической реальностью в обществе. Нивелирование цензуры, относительный политический плюрализм, увеличение возможности доступа граждан к информации, независимость средств массовой информации, многообразие печатной продукции, радио и телепрограмм в стране, расширение прямого эфира на радио и телевидении – все это прочно вошло в современную жизнь.

Отмена политической цензуры повлекла исчезновение и языковой цензуры, что, в свою очередь, привело к проникновению в печать, на

экраны телевизоров, на радио, в кино и литературу большого объема сниженной, жаргонной, вульгарной и даже нецензурной лексики.

Очевидно, что перед нами остро встает вопрос о разрешении конфликтов данного рода и их правовых последствиях.

Вместе с тем, одной из важнейших задач подлинно демократического государства является защита чести и достоинства граждан. Именно поэтому в ст.2 Конституции Российской Федерации определено, что достоинство личности охраняется государством, а ст. 23 гарантирует защиту чести и доброго имени каждому человеку. Также Конституция в ст. 21 закрепляет право личности на государственную охрану ее достоинства, следовательно, ничто не может быть основанием для его умаления.

Правовая защита чести, достоинства и репутации личности осуществляется в соответствии со ст. 129, 130 Уголовного кодекса РФ. Гражданский кодекс Российской Федерации также осуществляет указанную защиту. Ей посвящена, например, статья 152 – защита чести, достоинства и деловой репутации. Для их защиты предусмотрен специальный способ: опровержение распространенных порочащих сведений.

Помимо опровержения с правонарушителя также можно потребовать компенсацию морального вреда (ст. 151 Гражданского кодекса РФ).

В результате проведенного исследования проявлений речевой агрессии в средствах массовой информации, можно сделать вывод о том, что данная проблема действительно существует в обществе. И в этой связи обнаруживается ряд пробелов в правовом регулировании указанных правоотношений.

Телевизионный и радио-эфир, Интернет-пространство, журналы и газеты заполнены обсценной (иначе говоря, «запретной») лексикой, порог которой ничем не ограничен. По мнению психологов, с помощью словесных мыслеобразов с негативным содержанием, человек способен разрушать свой генетический код и, соответственно, нормальную работу организма, что дает основание говорить о нанесении человеку психологической травмы.

Все выше перечисленное требует дополнительного внимания законодателя. Помимо существующих правовых норм, в целях сохранения нравственности, самосознания, генофонда, а также нашего языка представляется необходимым ввести дополнительные нормы, такие как:

1. введение ограничения на использование ненормативной, обсценной лексики в телевизионном эфире, на радио (например, возможно ограничение по времени суток), в периодической печати. В дальнейшем представляется необходимым ввести полное запрещение использования таких слов;

2. изъятие из оборота (особенно, из школьных библиотек), литературы – художественной, научной, публицистической и др., содержащей тексты с использованием слов указанной категории. В дальнейшем представляется возможным полное недопущение издания литературы подобного рода.

Таким образом, если мы хотим сохранить нашу культуру, русское самосознание, русский язык, необходимо задумываться о том, что, где и при ком мы говорим. Тогда впоследствии не придется удивляться, почему наши дети, еще играющие в песочнице, с легкостью овладевают бранной лексикой, хотя порой даже не понимают ее смысл. Полностью исключить данный феномен, как речевая агрессия, в целом, из нашей жизни, по всей вероятности, не удастся, но свести его к минимуму – в наших силах.

Литература

1. Третьякова, В.С. Конфликт как феномен языка и речи [Текст]. – Екатеринбург: Известия Уральского государственного университета, – 2003. – №27.

2. Голев, Н.Д. Правовое регулирование речевых конфликтов и юрислингвистическая экспертиза конфликтогенных текстов [Текст] //Правовая реформа в Российской Федерации: общетеоретические и исторические аспекты: Межвузовский сборник статей. – Барнаул: Изд-во АГУ, 2002. – с. 110-123.

Казак Д.

2 курс, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **В.С. Юдов

Цвет

1. Особенности восприятия цвета.
2. Дальтонизм как феномен в мире искусства.

Эмоциональное, или психологическое, воздействие цвета не так легко проанализировать, как физиологические процессы, возникающие в результате цветовосприятия, а между тем большинство из нас отдает предпочтение определенным цветам и считает, что цвет влияет на настроение. Многие находят затруднительным жить и работать в помещениях, цветовое оформление которых кажется им неудачным. Цвета разделяют на сильные и слабые, успокаивающие и возбуждающие, даже на тяжелые и легкие.

Хотя отношение к цвету во многих случаях носит чисто субъективный характер, исследования показывают, что существуют и общие точки зрения. Но мы без труда забываем о своем отношении к цвету под влиянием других ощущений, и границы, которые мы проводим, приписывая тому или иному цвету определенное качество, условны и расплывчаты, поэтому ученые часто получают во время опытов противоречивые данные.

Так, лабораторные опыты, проводившиеся еще в 1907 году, показали, что люди сходятся во мнении относительно условного веса цветов. Красный был признан самым тяжелым, за ним шли равные по весу оранжевый, синий и зеленый, затем – желтый и последним – белый. Пары цветных пятен одинаковой формы казались неустойчивыми, если сверху располагался «тяжелейший» цвет. Однако это зрительное впечатление не настолько сильное, чтобы повлиять на представление человека о весе различных цветных предметов, которые он берет в руки.

Цвет изменяет наше представление о действительных размерах предметов, причем цвета, которые кажутся тяжелыми, уменьшают эти размеры. Из равновеликих квадратов самым маленьким кажется красный, синий – побольше, белый – самым большим. Французский трехцветный флаг обычно представляет собой синюю, белую и красную вертикальные полосы одинаковой ширины. А на кораблях соотношение этих полос меняют – 33:30:37, чтобы на расстоянии они казались равными.

Знакомая классификация цветов на теплые и холодные не очень-то совпадает с нашей оценкой реальной температуры. Во время одного опыта люди брали в руки синий или зеленый стержень, нагретый до 42°С, и он казался им теплее красного или оранжевого стержня, нагретого до той же температуры. Опыт, целью которого было определить, вызывает ли теплый свет в комнате ощущение тепла или уюта, показал, что теплое освещение ни в коей мере не может заменить систему отопления.

Психологи, занятые в промышленности, изучают воздействие цвета на производительность труда рабочих. Утверждают, что в туалетах, выкрашенных красной краской, рабочие проводят меньше времени, чем в туалетах, выкрашенных синей краской. Обезьяны, и это убедительно доказано, при наличии выбора проводят меньше времени в помещениях с красным освещением, чем в помещениях, где свет имеет другую окраску. Высказывалось предположение, что причина не столько в предпочтении других цветов красному, сколько в ускорении действия «биологических механизмов» животных при красном свете: обезьянам кажется, что они пробыли в условиях красного освещения гораздо дольше, чем на самом деле. Но если человеческие «механизмы» и действуют так же, это никак не отражается на способности людей оценивать, какой отрезок времени они провели при том или ином освещении.

На протяжении уже многих веков художников и писателей волнует проблема эстетического воздействия цветов и одиночных, и в сочетаниях. В этой области проведено всего несколько серьезных исследований, но их результаты говорят об удивительной степени совпадения мнений различных людей о цвете. Разглядывая образцы одиночных цветов на нейтральном сером фоне, люди обычно отдают предпочтение синим тонам – от сине-зеленых до пурпурно-синих. Меньше других нравится

зеленовато-желтый цвет. Независимо от цвета отдается предпочтение светлым тонам.

Исследователи просили испытуемых определить также привлекательность цветовых пар и обнаружили, что людей привлекают резко контрастные цвета, а еще больше – цвета, отличающиеся по насыщенности и яркости.

Исходя из этих симпатий и антипатий к одиночным цветам и цветовым парам, можно до некоторой степени точно предсказать впечатление, которое произведет на человека цветная абстрактная композиция. Некоторые психологи считают, что отношение к цвету на таком примитивном уровне имеет биологическую основу и оказывает влияние на более сложные эстетические суждения человека о картине или фотографии как цветовой композиции.

Нас, конечно же, поражает не общность функций цвета в различных культурах, а их несхожесть. Во многих странах, например, белый цвет – традиционно свадебный, а в некоторых – траурный. Европейца или американца не удивит, что в костюмах и гриме вьетнамских оперных актеров красный цвет символизирует гнев, но он ни за что не догадается, что белый цвет – символ предательства, а черный – смелости.

Тем не менее, тщательные исследования показывают, что во многих случаях люди в разных странах мира реагируют на цвет одинаково. Красный, желтый, зеленый и синий – «фокусные» цвета для человечества. Именно эти цвета предпочитают дети, пока не начинают говорить, и избегают «пограничных» цветов, лежащих между ними. Названия «фокусных» цветов первыми появляются в речи.

Более того, если расположить языки в порядке сложности их цветовой терминологии, выясняется, что названия цветов следуют друг за другом в определенной последовательности. У некоторых народов, в частности, в Новой Гвинее, есть только два «основных» цветовых термина, обозначающие черный и белый, или темный и светлый тона. Другие цветовые термины – неосновные, потому, например, что они связаны с обозначением конкретных предметов. Антропологи Брент Берлин и Пол Кэй утверждают, что даже в наиболее развитых языках существует не более 11 основных цветовых терминов. Они предполагают также, что по мере того как отношение цивилизаций к цвету становилось все более разборчивым, эти основные цветовые термины появлялись в следующей хронологической последовательности: черный и белый; красный; желтый и зеленый (в любом порядке); синий; коричневый; пурпурный, розовый, оранжевый и серый (в любом порядке).

Безусловно, в таком языке, как английский, существует гораздо больше названий цветов, но малиновый, например, нельзя считать основным, поскольку он входит в состав красного, а такие слова, как «блондин», не принимаются во внимание, поскольку они относятся к

определенным видам предметов или материалов, подобно цветовым терминам, связанным с обозначением конкретных предметов в менее развитых языках.

Оставив в стороне сугубо личное восприятие цвета, можно все же сказать, что вообще людям свойственно приписывать цветам некоторые качества. Выбор качества зависит в некоторой степени от особенностей культуры и образа жизни. Опрос по схеме «хороший-плохой» показал, что в Азии к белому цвету относятся с большим почтением, чем на Западе. Желтый цвет, более чем где-либо, почитают в Таиланде – возможно, причины этого кроются в религии. А в странах с засушливым климатом зеленый цвет считают сильным. Однако общее впечатление таково, что у «значений», которые имеет цвет в разных культурах, больше общих черт, нежели различий. Серый, желтый и белый, как правило, считают слабыми цветами, а красный – сильным и активным. Синий почти повсюду расценивают как «хороший» цвет. В своем восприятии цвета и отношении к нему люди, по-видимому, очень похожи друг на друга.

Но для того чтобы адекватно воспринимать окружающих людей и сам мир, довольно полезно бывает полистать различные медицинские статьи. Ну, например: почти каждый 10-ый мужчина на Земле – дальтоник, а если еще и визуал – то это вообще сложно.

Такие факты, которые легко могут объяснить многие недопонимания в общении, бывает полезно если не держать в голове, то хотя бы время от времени вспоминать.

Интересные факты о дальтонизме:

- эта особенность зрения получила название в честь Джона Дальтона, который узнал о своем дальтонизме только в 26 лет (попутно узнав что его «серый» пиджак – бордовый).
- дальтоники делятся на дихромантов (могут не различать красный цвет – протанопия, зеленый – дейтеранопия или фиолетовый – тританопия) и монохроматиков (ч/б зрение).
- вопреки расхожему мнению, собаки – не монохроматики.
- наибольший процент дальтоников зарегистрирован в Чехии и Словакии, в то время как на островах Фиджи и среди бразильских индейцев дальтоников практически нет.
- дальтонизм впервые привлёк к себе внимание общественности в 1875 г., когда в Швеции, около города Лагерлунда, произошло крушение поезда, повлекшее большие жертвы. Оказалось, что машинист не различал красный цвет, а развитие транспорта именно в то время привело к широкому распространение цветовой сигнализации.
- наследственный дальтонизм поражает 8% мужчин и 0,5% женщин (т.е. на 1000 человек приходится в среднем по 43 дальтоника – из расчета соотношения мужчин и женщин 50/50)

- лишь 1% всех дальтоников – монохроматики, т.е. приблизительно 1 из 2325 человек.
- дальтонизм передается в основном по женской линии
- потерять цветоощущение можно и после черепно-мозговой травмы, перенеся тяжелый грипп, инсульт или инфаркт.
- Репин, будучи в преклонном возрасте, пытался исправить свою картину «Иван Грозный и сын его Иван». Однако окружающие обнаружили, что из-за нарушения цветового зрения, Репин сильно исказил цветовую гамму собственной картины, и работу пришлось прервать.
- дальтоники встречаются и среди знаменитых художников: Врубель, Репин и многие другие.
- синий цвет безошибочно воспринимает большинство людей – интерфейсы многих программ выполнены преимущественно в этом цвете неслучайно. Так же существуют таблицы «правильных цветов».
- перестать быть дальтоником невозможно.

Многие говорили, что двухцветный стиль Джона Констебля или Джеймса Уистлера свидетельствует о том, что они дальтоники. То же самое говорили о Мондриане, Леже или Тернере. Но именно интеллектуальные построения заставили первого рисовать с помощью трех исходных цветов. Что касается Констебля, то зелень его лугов состоит из множества различных зеленых красок, а как раз дальтоник не в силах это сделать.

Единственный достойный пример дальтонизма – это Шарль Мерион. Испытывая трудности с красным и зеленым, этот французский художник середины XIX века пытается обойти свой недостаток, напирая на синие и желтые цвета, а потом уходит из живописи, сначала в рисунок, а потом в гравюру. Его офортами с видами Парижа (исследователи говорят о «Мерионовском Париже») восхищались Гюго, Бодлер, Ван Гог и многие многие другие...

Сын оперной танцовщицы и британского медика, сам закончил Школу морских офицеров. Плавал по всему свету на корвете Рейн. Пораженный видами Новой Зеландии, пристрастился к рисованию. В 25 лет оставил флот и решил посвятить себя живописи. Учился в Лувре, копируя работы Жака-Луи Давида, голландских художников. Обнаружив, что он дальтоник, перешел на графику, обучился технике офорта. Страдал к тому же от маниакальнодепрессивного психоза. Закончил жизнь в сумасшедшем доме.

Дальтонизм – истинное испытание для пораженных им художников. Дело в том, что эта аномалия примерно у 8 процентов населения. Среди дальтоников много великих художников, хотя они, обычно, лучшие рисовальщики, чем колористы.

Следует отметить, что дальтоники различают высокий уровень оттенков. Т.е. все цвета, которые они, так или иначе, видят, либо

представляются ярче, либо бледнее. Дальтоники вообще воспринимают мир в оттенках.

Мы редко задумываемся над тем, какое значение в нашей жизни имеет цвет. Привычка видеть небо – синим, траву – зеленой, а кровь – красной так сильна, что других сочетаний мы не можем себе представить без определенных усилий.

Наверно будет удивительно звучать то, что цвет не является критерием эффективности человека. Но это так и есть. Для человека доминантным является острота зрения.

Проанализировав вышеупомянутые аспекты, а также приведённую учёными статистику, можно подытожить, сказав, что цветовосприятие по мере развития культуры усиливается. Становление картины мира человека требует усиленного эстетического развития наряду с интеллектуальным и нравственным.

Митнюк К.

2 курс, психолого-педагогический факультет
Арзамасский государственный педагогический институт им. А.П.Гайдара
Научный руководитель**: канд. филос. наук, доц. **И.Б. Сазеева

Проблема жизни и смерти в духовном опыте человека

Человек, как известно, представляет собой единство телесного и духовного, биологического и социального. Философский интерес к пониманию сущности человека и его основных характеристик включает в себя осмысление самого феномена жизни, который неразрывно связан и с проблемой конечности человеческого существования, то есть с проблемой смерти.

В жизни каждого нормального человека рано или поздно наступит момент, когда он задается вопросом о конечности своего индивидуального существования. Человек – единственное существо, которое осознает свою смертность и может делать ее предметом размышления. Но неизбежность собственной смерти воспринимается человеком отнюдь не как отвлеченная истина, а вызывает сильнейшее эмоциональное потрясение, затрагивает самые глубины его внутреннего мира.

В современном мире возросший интерес к проблеме смерти обусловлен несколькими причинами. Во-первых, это ситуация глобального цивилизационного кризиса, который в принципе может привести к самоуничтожению человечества. Во-вторых, значительно изменилось ценностное отношение к жизни и смерти человека в связи с общей ситуацией на Земле.

По сути дела, речь идёт о триаде: жизнь – смерть – бессмертие, поскольку все духовные системы человечества исходили из идеи противоречивого единства этих феноменов.

На заре человечества проблема смертности была поставлена в мифе, а затем в религии. Мифологическое мышление смягчало осознание смертности, создавая цельную синкретическую картину мира, в которой жизнь и смерть представляли собой единый цикл существования мира. Все противоречия в мифе смягчались, гармонизировались. Это была достаточно успешная попытка людей выжить в мире, по преимуществу враждебном, где превосходящие силы природы могли в каждый момент оборвать человеческую жизнь.

Религиозное понимание данной проблемы основано на том, что жизнь человека на Земле – это подготовка к загробной жизни. В основных мировых религиях можно увидеть сходные подходы к пониманию жизни и смерти.

Христианское понимание смысла жизни, смерти исходит из ветхозаветного положения: «День смерти лучше дня рождения» (Экклезиаст) и новозаветной заповеди Христа: «...я имею ключи от ада и смерти». Богочеловеческая сущность христианства проявляется в том, что бессмертие личности как целостного существа мыслимо только через воскресение. Это сфера тайны и чуда, ибо человек выводится из сферы действия природно-космических сил и стихий и становится как личность лицом к лицу с Богом, который тоже есть личность. Таким образом, целью жизни человека является движение к жизни вечной. Без осознания этого земная жизнь превращается в сон, пустую и праздную мечту. В сущности, она есть только приготовление к жизни вечной, которая не за горами для каждого. Смерть разрушает не тело, а тленность его и поэтому она – не конец, а начало жизни вечной. Христианство категорически осуждает самоубийство, так как человек не принадлежит себе, его жизнь и смерть «в воле Божьей».

Другая мировая религия – ислам – исходит из факта сотворённости человека волей всемогущего Аллаха, который, прежде всего, милосерден. В отличие от христианства, земная жизнь в исламе оценивается высоко. Тем не менее, в Последний день всё будет уничтожено, а умершие воскреснут и предстанут перед Аллахом для окончательного суда. Вера в загробную жизнь является необходимой, поскольку в этом случае человек будет оценивать свои действия и поступки не с точки зрения личного интереса, а в смысле вечной перспективы. Разрушение всей Вселенной в день Справедливого суда предполагает творение нового совершенного мира. О каждом человеке будет представлена «запись» деяний и мыслей, даже самых тайных и вынесен соответствующий приговор. Таким образом, восторжествует принцип верховенства законов морали и разума над физическими закономерностями. Морально чистый человек не может находиться в униженном положении, как это имеет место в реальном мире. Ислам категорически запрещает самоубийство. Описания рая и ада в

Коране полны ярких подробностей, дабы праведники могли полностью удовлетвориться, а грешники получить по заслугам.

В восточных религиях, например, в буддизме, отношение к смерти иное, однако земная жизнь также считается лишь испытанием и подготовкой к переходу в иное, сверхъестественное состояние – например, в нирвану.

Таким образом, религиозное понимание жизни и смерти дает человеку надежду на жизнь загробную и передает его полностью в подчинение божеству.

Материализм, начиная с древней философии, учит человека стойкости и помещает смысл его существования в земной мир. Древнегреческий философ Эпикур говорил: «Приучай себя к мысли, что смерть не имеет к нам никакого отношения. Когда мы существуем, смерть еще не присутствует, а когда смерть присутствует, тогда мы не существуем».

Философия помогает человеку найти решение проблемы смертности, аккумулируя и критически анализируя предшествующий опыт человечества в такого рода поисках.

Последовательно проводимый философский материализм отрицает какую бы то ни было возможность личного физического бессмертия для человека, не оставляет ему надежды на «загробную жизнь». Поэтому продуманно, осмысленно принимая материалистическое мировоззрение, человек делает трудный шаг, требующий личного мужества и силы духа, того, что в философии называется стоицизмом, поскольку отказывается тем самым от возможности утешения, хотя бы и иллюзорного.

Как показал XX век, насильственное массированное навязывание людям материалистического мировоззрения, когда принятие такового служит всего лишь удостоверением политической благонадежности человека, а не является результатом его собственной основательной внутренней работы, когда оно, что называется, не выстрадано индивидом, не прошло через очистительный огонь сомнения, неизбежно влечет за собой серьезные издержки в нравственном развитии. А это особенно тревожно и опасно ныне, когда деятельность человека как в научно-техническом, так и в социальном плане становится столь масштабной по своим последствиям и потому требует особо ответственного к себе отношения.

Материалистическая философия не только не снимает вопроса о смысле человеческой жизни, о смерти и бессмертии, но, напротив, позволяет его поставить в наиболее острой, даже драматической форме, тем самым в полной мере выявляя его гуманистическое содержание.

Но все же, поиск и обретение смысла жизни и деяний каждого человека носит сугубо индивидуальный личностный характер.

Можно сказать, что смысл смерти и бессмертия, равно как и пути его достижения, являются обратной стороной проблемы смысла жизни. Очевидно, что эти вопросы решаются различно, в зависимости от ведущей духовной установки той или иной цивилизации.

Но вопрос о смысле человеческой жизни имеет и другую сторону, относящуюся к реальной, природно-биологической бесконечности человечества и бессмертию его разума, а также к возможности других форм жизни и разума, других, внеземных цивилизаций в бесконечной Вселенной. Эта чрезвычайно интересная сторона вопроса интенсивно обсуждается в современной научной и философской литературе. Космизация человечества, выход его в будущем в бесконечные просторы Вселенной изменят во многом и наши представления о времени, что, по-видимому, будет связано с новым пониманием смысла человеческой жизни, ее длительности, смерти и бессмертия, приведет к осознанию космического предназначения и ответственности человека и человечества.

Литература

1. Философия: Учебник для высших учебных заведений. Ростов н/Д.: «Феникс», 1995. 576 с.

2. Введение в философию: Учебник для вузов. В 2 ч. Ч. 2/ Фролов И.Т., Араб-Оглы Э.А., Арефьева Г.С. и др. М.: Политиздат, 1989. – 639 с.

3. Волков Генрих Николаевич. У колыбели науки. М., «Молодая гвардия», 1971. – 224 с., с илл.

4. О человеческом в человеке /Под общ. ред. И.Т. Фролова. М.: Политиздат: 1991. 384 с.

5. Смирнов И.Н., Титов В.Ф. Философия: Учебник для студентов высших учебных заведений. Издание второе, исправленное и дополненное. – М.: 1998.-288 с.

6.

Можаева А., Козлова Н., Медведева Е.

2 курс, факультет иностранных языков
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **В.С. Юдов

Символы как часть мира, в котором мы живем

Символ (от греч. symbolon – знак, опознавательная примета) – идея, образ или объект, имеющий собственное содержание и в то же время служащий обнаружению чего-то неявного, не лежащего на поверхности, непредсказуемого. Роль символов в человеческой практике и познании мира невозможно переоценить.

Мы видим огромное количество интересных символов и знаков каждый день, и может быть думаем: «Я знаю, что это значит, но откуда это пошло?» Давайте взглянем на происхождение и значение самых узнаваемых символов человечества, а также на интересные фотографии с ними.

1. Пацифик – символ мира

Этот интересный знак датируется 1958 годом и был спроектирован специально для Кампании по ядерному разоружению. Согласно системе флагов, эмблема состоит из букв N и D, что значит Nuclear Disarmament. Другая версия гласит, что первоначально разработал этот знак Римский император Нерон. Он приговорил Святого Петра к смерти на кресте вниз головой, и действительно, Пацифик напоминает сломанный крест. Также есть предположения, что современный знак «Мира во всем мире» на самом деле связан с дьяволом в средневековый период. Но, тем не менее, принято считать, что символ мира берет свои истоки в 1950-ые годы в движении по разоружению. Паци́фик – символ мира. Этот знак был изначально разработан для британского движения за ядерное разоружение. Он был разработан и закончен 21 февраля 1958 Джеральдом Холтомом, профессиональным художником и дизайнером из Британии для марша, планируемого Комитетом прямых действий против атомной войны. Марш планировалось провести 4 апреля от Трафальгарской площади в Лондоне до Управления Исследований Ядерного Оружия в Элдермэстоне в Англии. После этого символ был принят Кампанией за Ядерное Разоружение (CND), и в 60х стал международной эмблемой антивоенного движения и контркультуры того времени.

Сам по себе этот знак представляет собой сочетание семафорных сигналов N и D, что означает «ядерное разоружение». В семафорной азбуке буква N передается, держа два флага в виде перевернутой буквы V, а D передаётся, направив один флаг вверх и второй вниз. Эти два сигнала, наложенные друг на друга, образуют форму знака мира. В первой официальной версии CND линии расширялись от центра, и знак был белый на черном.

2. Медицинские символы

Все, скорее всего, видели и знают, что символом медицинской профессии в наши дни является стерженем со змей. Некоторые говорят, что история этого символа уходит далеко в прошлое к Библейским историям. Дело было как-то так: Исход 7:12 «каждый из них бросил свой жезл, и они сделались змеями, но жезл Ааронов поглотил их жезлы».

Другие же говорят, что такой жезл принадлежал Эскулапу (Рим) или Асклепиусу (Греция), античным богам медицины. Дети Эскулапа тоже ассоциировались с медициной: Гигиена (вот откуда мы знаем слово гигиена) – была богиней здоровья, и Панацея (панацея от всех болезней, универсальное лекарство) – была богиней целительства. В наши дни, символ змей на стержне – признак многих медицинских организаций и общественных движений во всем мире. Знак неотложной медицинской помощи тоже имеет место быть.

А вот фармацевты обычно используют немного другой символ – Чаша со змеей. А на западе фармацевтические компании часто имеют на логотипе значок “rx”.

3. Символ красного креста

В связи с ужасным отсутствием медицинского ухода за ранеными и умирающими после битвы при Сольферино между Францией и Австрией в 1859 году, швейцарский бизнесмен Жан-Андри Дюан предложил создать нейтральную организацию по уходу за пострадавшими в военное время. Общественное движение, известное как Международный Красный крест берет свое начало в 1863 году. А с 1864 согласно Женевской конвенции был принят факт неприкосновенности раненых и медицинского персонала на поле боя. Красный крест на белом фоне является инвертированным изображением флага Швейцарии, родины Дюана. С тех пор белый флаг являлся признаком того, что поднявшие его желают сдаться, а сама Швейцария и по сей день хранит долгую историю нейтралитета. Красный крест на белом флаге действительно можно легко распознать издалека, что делает его идеальным опознавающим знаком.

Сейчас даже можно еще найти машины скорой помощи, которые делались по принципу красного флага. Хоть на ней и нет креста, выглядит она узнаваемо.

4. Смайлик

Харви Бол стал первым человеком, нарисовавшим первый Смайлик в 1963 году для Областного Общества Страхования Жизни. Для улучшения настроения сотрудников, лицо с улыбкой наносилось на пуговицы, плакаты, игральные карты и т.д. Эти пуговицы стали так популярны, что в 1971 году их было продано более 50 миллионов. Самое удивительное то, что за свою работу Харли Бол получил всего лишь 45$. Он никогда не пытался запатентовать свою торговую марку – смайлик, но согласно словам его сына – он никогда не жалел об этом.

См́айлик, смайл (англ. smiley), реже эмотико́н (англ. emoticon), эмотико́нка, эмоцио́н – пиктограмма, изображающая эмоцию. Чаще всего составляется из типографских знаков. Распространение смайлик получил в интернете и SMS, однако в последнее время используется повсеместно. Смайлы обозначают интернациональные понятия, поэтому они не воспроизводят текущую речь, не отображают грамматических, фонетических и др. особенностей естественного языка. Смайлы можно отнести к паралингвистическим средствам письменной коммуникации, или к таким средствам, которые не являются речевыми единицами, но сопутствуют последним с целью уточнения, конкретизации смысла основного сообщения. Смайлики предназначены для того, чтобы более богато и разнообразно дополнять смысл высказывания, уточнять его экспрессивно-интонационную окраску. При общении в рунете они используются, как правило, попутно с кириллической графикой, включены непосредственно в структуру высказывания, отделяются от единиц высказывания пробелами или запятыми.

5. Символ атомной энергии

Конкретного человека, который изобрел знак нет, но достоверно известно, что символ был сделан группой людей из Пхеньяна, Сев. Корея.

Устоявшейся комбинацией является тема ядерного взрыва и дерева: международный символ радиации впервые появился в 1946 году и был пурпурным на синем фоне. В дальнейшем появились более распознаваемые и контрастные цвета: желтый и черный. Тем не менее, в 2007 году было объявлено о введении дополнительного знака, обозначающего радиоактивное излучение. Исследования показали, что дети ошибались и воспринимали знак за некий пропеллер, не за то, чего стоило бы бояться.

6. Знаки доллара и фунта

Знак доллара является производной от испано-мексиканского песо, известного, как Испанский доллар или реал. Эта денежная единица широко использовалась в Северной Америке во время американской революции в конце 18 века. Теорий о создании знака доллара довольно много, но самой известной и широко-распространенной теорией является история о том, как долларовый знак пришел из Испанской и Мексиканской аббревиатуры песо, которая называлась “ps”. Говорят, со временем “s” стала писаться поверх “p”, что стало напоминать знак нынешний знак доллара.

Этот знак изображает фунт стерлингов, национальное достояние Великобритании. Стерлинг берет свое начало в 1300 годы и вероятно происходит от норманнского пенни. В дальнейшем же словосочетание фунт стерлингов использовалось для замены настоящего фунта серебра. В настоящие дни фунт стерлингов является самой обеспеченной и стабильной валютой.

Итак, даже **Эрнест Кассирер**, известный немецкий философ и культуролог, определял человека как «символизирующее существо». И это определение вполне приемлемо, если символизация понимается как неотъемлемая характеристика деятельности индивидов и социальных групп. Очевидно, что поиск смысла в том или ином символе – исключительная черта, присущая лишь человеку. «Благодаря своей природе как духовной энергии по означиванию, по наделению смыслом чувственных представлений, символ обладает универсальной значимостью, а как особый вид означивания он способен к изменению своих значений» Культура, по Кассиреру, начинающаяся с элементарных актов восприятия, состоит в том, чтобы наделять значениями природный мир, превращать предметы в значения. Кассирер пишет: Под символическим необходимо понимать саму деятельность сознания, как функцию символического оформления действительности, а также как совокупность парадигматических реальностей культуры, в которых человеку, за счет интерпретирующего понимания, тем или иным способом открывается мир. Такими реальностями культуры являются символические

формы. Началом, выражающим сущность человека, является, с точки зрения Кассирера, его способность к образованию символических понятий.

Мухаметшин Р.

6 курс, Факультет менеджмента,
Казанский государственный финансово-экономический институт,
Научный руководитель**: научный сотрудник НИР **В.К. Корепанов

Социально-гуманитарные проблемы современности в условиях глобализации в контексте культур

Социально-гуманитарные проблемы современности в условиях глобализации в рамках взаимодействия национальных культур остаются в повестке дня весьма злободневных вопросов.

Актуальность исследования применительно к текущим культурным реалиям обусловлена в частности тем, что современное состояние культуры социума детерминируется «ускорением исторической и социокультурной динамики, появлением новых форм и способов бытия человека в культурном пространстве» (Гавров С.Н., 2003: 5) в контексте межкультурного взаимодействия. Пресловутая модернизация являет собой по сути «длительный исторический процесс перехода от традиционного к современному обществу» (Гавров С.Н., 2003: 3). Культура современная есть отчасти иное видение культуры предшествовавшей (менталитет и образ жизнедеятельности), отчасти – зеркальное отражение (базовые социокультурные запросы и биологические потребности общества), отчасти – органичное развитие социокультурного наследия предшествовавших эпох. Культура и искусство древних этносов в их развитии к типу нынешней оформившейся нации – это начала «возделывания почвы» современной действительности, это зарождение локальной (региональной) формы бытия. Инструментальная (технико-технологическая) насыщенность развития современного общества отнюдь не отдаляет традиционные культурные ориентиры, которые будут и должны быть образцом деятельности, воплощая в себе положительный либо отрицательный поучительный исторический опыт поколений, проживавших на той или иной (возможно их исконной) территории.

«Как реакция на процессы глобализации в современном обществе возрастает интерес этносов к собственной корневой традиции», – пишет Павлова А.Н. (Павлова А.Н., 2008: с.3). – «На рубеже нового тысячелетия люди все чаще задумываются об истоках современных цивилизаций и культур, их взгляд устремляется в прошлое, к временам, когда закладывались основы существующих ныне этносов. Обращаясь к наследию народной культуры, наш современник стремится обрести ответы на важнейшие вопросы бытия» (там же).

«Генезис и система интегративных механизмов культуры, обеспечивающих национальную идентичность», ведущие «аспекты национальной культуры и межкультурного взаимодействия», «многообразие культурного оформления мира» (выражения и сочетания слов: Гавров С.Н., 2003: 5) в исторической социокультурной динамике, – все эти вопросы заслуживают пристального рассмотрения применительно к релевантному национальному сообществу. «К сожалению, значительная часть молодого поколения, чей вкус сформировался под влиянием массовой культуры, не в состоянии оценить поэзию народного» творчества, в связи с чем «существует проблема забвения культурных традиций», связанных с созданием и пониманием символики той эпохи (Павлова А.Н., 2008: с.6). Целесообразно переосмыслить и в какой-то мере впитать своеобразный тип традиционной картины мира народов в условиях панэтничности культуры данной территории.

Множественность современного мира является своеобразной диверсификацией шансов человечества на продолжение развития, гарантированное воспроизводство жизни» Гавров С.Н., 2003: 42-43). В этом случае ценностью выступает сама множественность» (Яковенко И.Г., 2002: 208). В современный, казалось бы, стабильный, «разумный и наиболее цивилизованный» период истории человечества, мир наполнен социальными противоречиями и испещрен локально-региональными конфликтами, тенденции и степень проявления которых детерминируются воздействием той или иной социокультурной ситуации. А общая ситуация в глобальном масштабе такова, что люди так и не научились жить «цивилизованно», действовать рационально, сообразно причинам и последствиям принимаемых ими решений (реальных либо потенциальных). Наверное, самое время вновь обратиться к истории родного края, осмыслить и пересмотреть ее, – но не из политических соображений, а единственно исходя из поисков некоего единого философского смысла жизни, который был бы наиболее приемлем подавляющим большинством «образованно мыслящего» населения. Но это, конечно же, – идеал…

Современный мир, на пороге глобальных социокультурных и иных полифуркаций, сам того не подозревая, стоит перед бездной духовного упадка в свете разлагающего влияния западнических культур. Так не время ли обратиться к истинным духовным традициям и идеалам, исконно присущим культурным явлениям нашего древнего и средневекового Волго-Уральского региона? Об этом [о плюсах и минусах глобализации и модернизации современного общества – прим. автора] много пишут в частности и Гавров С.Н., признавая объективную множественность путей развития современного социума, и Э. Аллард, критикуя классическую модернизационную теорию, когда говорит о понятии «множественные модерны» (Аллард Э., 2002: 61-62), и другие мыслители.

Мы солидарны с Гавровым С.Н. в том, что «жизнь человека в современных обществах имеет не только преобладающее горизонтальное измерение, включающее в себя материальные и социальные аспекты, но и, в большей или меньшей степени, некоторую вертикальную перспективу», т.е., на наш взгляд, духовно значима в бытийственности современного суетного мира обращенность в прошлое, к родной истории, к корням этого общества с его исторической социокультурной ситуацией. Данное высказывание подтверждается и фактом сохранения традиционных религий, а также поиском новых философских ориентиров. Упомянутым выше высказываниям Гаврова С.Н. в унисон вторит и мнение Павловой А.Н.: «Обращаясь к наследию народной культуры, наш современник стремится обрести ответы на важнейшие вопросы бытия. Культура так называемого традиционного (доиндустриального) общества позволяла достичь гармонии с окружающим миром, прикоснуться к его таинствам. Она давала ответ на вопрос о месте человека в мире, позволяла наладить взаимоотношения с обществом, природой и самим собой» (Павлова А.Н., 2008: с.3). А быть может, лучше обратиться не к инокультурным «изобретениям», а «честно» использовать богатое духовное наследие предшествующих эпох развития собственной исторической территории.

Незачем «изобретать велосипед» – продуктивней будет обратиться к опыту собственной истории, рассмотрение которого «определяется общественной потребностью в сохранении и трансляции традиционных культурных ценностей» (Павлова А.Н. 2008: с.3), ибо «традиции выступают важнейшим фактором социокультурной динамики» (Иванова Ю.В.).

Литература

1. Гавров С.Н. Национальная культура и модернизация общества: Учебное пособие. М.: МГУКИ, 2003. 86с.

2. Яковенко И.Г. Глобальное сообщество и локальное сознание // Глобальное сообщество: картография постсовременного мира / Ред. А.И. Неклесса и др. – М.: Вост. лит., 2002. – С. 208.

3. Аллард Э. Сомнительные достоинства концепции модернизации// Социс. – М., 2002. – №9. – С. 61.

4. Павлова А.Н. Семантика костюма волжских финнов середины 1-го – начала 2-го тыс. н.э.// Диссертация на соискание ученой степени доктора исторических наук. Специальность 24.00.01 – теория и история культуры. Йошкар-Ола. 2008.

5. Иванова Ю.В. Этнос: социокультурная динамика и традиции// Диссертация на соискание ученой степени доктора наук. Философский факультет МГУ им. М.В. Ломоносова. М.: 2000.

Панкова В.
5 курс, факультет иностранных языков,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: доц. **А.Н. Шмелева

Виды рекламы в Интернете и ее эффективность

Интернет-реклама – представление товаров, услуг или предприятия в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения. Реклама в Интернете представляет собой мощное средство. Интернет-рекламу положительно отличают сравнительно низкая стоимость, широта охвата аудитории, большой выбор целевых групп, избирательность.

К достоинствам рекламы в Интернете можно отнести и то, что ее несложно нацеливать на аудиторию по самым различным параметрам, таким как географическое положение пользователя, по социально-демографическим характеристикам пользователя, по времени пользования компьютером, по знакомству с рекламой. При этом важно отметить, что в сети можно не только нацеливать рекламу определенным образом, но и собирать, анализировать детальную, весьма ценную для рекламодателя информацию о пользователях, осуществляя так называемый трекинг и фиксируя количество и качество пользователей, осуществивших контакт с рекламой, количество показов рекламы, количество кликов. Анализ такой информации позволяет компаниям быстро корректировать рекламную деятельность, повышать ее эффективность.

Интернет-реклама является весьма простым и точным инструментом измерения эффективности рекламной деятельности. Далее будут рассмотрены наиболее часто используемые виды рекламы в Интернете.

Веб-сайт, или просто сайт, – это объединенная в компьютерной сети под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность документов частного лица или организации. Любой Интернет-сайт сам по себе уже является рекламой компании или товара, которым он освящен. При размещении информации на сайте нет таких ограничений на объем, как на печатных площадях газет, журналов, в эфире радио и телевидения. Можно разместить сколь угодно материала сколь угодно большого объема.

Размещение информации на сайте – достаточно недорогой способ ее распространения. При этом информация становится доступной для аудитории, находящейся в любом конце света.

Баннерная реклама.

Баннер – это графическое изображение, аналогичное рекламному модулю в прессе, которое может содержать анимированные элементы, а также гиперссылку на сайт или какую-либо страницу рекламодателя.

Контекстная реклама – это новый, весьма эффективный и перспективный вид Интернет-рекламы, при котором сообщение

размещается в тематическом контексте, обеспечивая тем самым точное попадание в целевую аудиторию. Контекстная реклама может показываться как на страницах сайтов, тематических страниц, блогов, форумов, содержание которых соответствует содержанию контекстного объявления, так и в результатах поиска по ключевым словам.

Геоконтекстная реклама – это вид рекламы, основанной на показе рекламных сообщений в приложениях на мобильных телефонах и веб-сайтах, с учётом точного текущего местоположения пользователей или географии их интересов.

Так, например, владелец придорожного ресторана может показывать рекламное сообщение с номером телефона, ссылкой на веб-сайт потенциальным клиентам, собирающимся в дорогу и изучающим этот участок на веб-карте.

Продакт-плейсмент в онлайн играх – интеграция рекламируемого продукта или бренда в игровой процесс, является одним из новых и быстро растущих сегментов рынка интернет-рекламы.

Интернет-реклама с использованием e-mail.

Электронная почта (Electronic mail, e-Mail) – сетевая служба, позволяющая пользователям обмениваться сообщениями или документами без применения бумажных носителей.

Для продвижения с помощью e-mail используются следующие основные методы:

- Рассылки подписчикам.

В Интернете существует множество списков рассылки, которые посвящены различным тематикам. Получатели подобных писем собственноручно подписались на рассылку, и в любой момент у них есть право и возможность отменить свою подписку.

- Размещение рекламы в новостных рассылках.

Значительное число рассылок подписчикам имеет новостной характер и функционирует аналогично СМИ. Реклама в рассылках как правило аналогична баннерной рекламе.

- Несанкционированная рассылка.

Спам – массовая рассылка рекламных объявлений по электронной почте без согласия получателей. Рассылка спама считается нарушением этикета и правил применения компьютерных сетей. Особенность спама в том, что основную часть затрат по доставке рекламы несут потребители и интернет-провайдеры, тогда как источник спама ничем не компенсирует им доставку сообщений. По данному признаку спам не является рекламой, поскольку реклама по определению использует платные каналы доведения сообщения до аудитории. Спам преследуется или ограничивается законодательством ряда стран.

- Индивидуальные письма.

Рассылка индивидуальных писем по электронной почте – инструмент директ-маркетинга, требующий времени и персонализации сообщений. Ему предшествует работа по сбору адресов. С другой стороны, письмо попадает именно тем представителям аудитории, в чьем внимании инициатор рассылки в наибольшей степени заинтересован.

Реклама в Интернете является очень эффективным средством, прежде всего за счет прямой связи между потребителем и рекламодателем. Но с другой стороны у он-лайн рекламы есть свои собственные специфические проблемы:

- трудности с оценкой аудитории сайтов. Связаны они с работой «серых» и «черных» оптимизаторов, а также с мошенничеством некоторых хозяев сайтов. Так, оптимизаторы нередко нагоняют аудиторию на нужный сайт.
- этические трудности размещения рекламы (всплывающие окна; баннеры, которые пользователь должен закрыть, чтобы увидеть содержимое сайта; отвлекающая анимированная реклама; принуждение пользователя к использованию технологии, нужной только для просмотра рекламы).
- правовое регулирование. Традиционные правовые нормы о рекламе не всегда могут эффективно регулировать интернет-рекламу, поскольку:

1. эти нормы не учитывают технические особенности сети Интернет;
2. затруднено определение юрисдикции (законодательство какой территории применять);
3. затруднён контроль и привлечение к ответственности нарушителей.
4. Последние годы в законодательстве разных стран появляются специализированные нормы, регулирующие рекламу в Интернете. Например, в 2006 году внесены поправки в российский закон «О рекламе», касательно «особенностей рекламы.

Литература

1. *Вестник МГУ. Серия Х. Журналистика, – №5, 2010.*
2. *Кутлалиев А., Попов А., Эффективность рекламы. М.: Эксмо, 2006.*
3. *http://ru.wikipedia.org/wiki/Эффективность_интернет-рекламы*
4. *http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-реклама*
5. *http://ru.wikipedia.org/wiki/Спам*

Прохорова Д.

3 курс, Факультет «Социально-культурный сервис и туризм»,
Санкт-Петербургский Государственный университет
сервиса и экономики (Псковский филиал)
Научный руководитель**: канд. филол. наук, доц. **Е.В. Павлова

Модернизация форм работы музеев: проблемы, перспективы, решения

Проблема модернизации работы музеев и музейных комплексов является одной из главных проблем как современного музееведения, так и культуры в целом. Развитие новых технологий, предъявление посетителями качественно иных требований к музейному обслуживанию, а также необходимость изменения статуса музеев в системе культурно-досуговой и научно-просветительской сферы предполагают разработку современных и, главное, востребованных форм работы музеев с экскурсантами, «поскольку в условиях глобальной информатизации роль музея как распорядителя громадного информационного ресурса – культурного наследия – существенно возрастает» [1; С. 34]. Немаловажным в этой связи является и тот факт, что в настоящее время музеи, как правило, поставлены в условия жесткой финансовой конкуренции и должны принимать активное участие в формировании собственного денежного фонда.

О том, что обозначенные проблемы требуют всестороннего анализа и скорейшего нахождения форм и методов эффективного решения, говорит, в частности, огромное количество публикаций, а также предпринятых в последние годы диссертационных исследований, посвященных модернизации работы музеев. При этом общую цель всех исследований подобного рода можно обозначить как нахождение и обозначение путей выхода из музейного кризиса, а также внедрение в практику работы музеев новых технологических и концептуальных моделей их функционирования.

Модернизация музеев должна носить созидательный, а не разрушительный характер. В данном случае изменить – значит выйти на новый качественный уровень развития, учитывая при этом историческое и культурное своеобразие каждого отдельно взятого музея страны.

Как и любой социальный институт, музей в ходе исторического развития претерпевает определенные трансформации. За более чем два столетия существования музея как социального института существенно изменилось его понимание и использование. Однако фундаментальное общественное назначение – сохранять и транслировать из прошлого в будущее главные ценности и достижения, соответствующие аксиологическим представлениям своего времени, – не изменилось. [2; С.13] Таким образом, под *музеем* мы будем понимать социальный

институт сохранения, презентации и трансляции исторического, культурного и природного наследия. [2; С.13]

К новым формам работы музеев можно отнести создание виртуальных экспозиций, которые в последнее время становятся весьма популярными. Экспозиция может быть аналогом действующего музея (многие из них имеют свои сайты) или быть авторским проектом, который позволяет представить широкому кругу лиц частные коллекции, несущие в себе определенную ценность. Например, этнопроект «Другой мир», представленный Дарьей Чужой на сайте www.sueverija.narod.ru [6].

Подобные виртуальные музеи вызывают неодназначную оценку. С одной стороны, они предоставляют возможность удаленного доступа к музейным экспозициям тем, кто не может приехать в интересующий их музей, а также людям с ограниченными возможностями. Кроме того, посетитель такого музея может сам регулировать объем поступающей в ходе экскурсии информации. Показ музейных экспонатов проходит без ущерба. С другой стороны, при посещении виртуального музея происходит «замена прямого межличностного общения на виртуальное» [1; С. 36].

Что же касается реального мира, то модернизация деятельности музеев привела к появлению новых форм работы с посетителями. Прежде всего, это интерактивные и театрализованные экскурсии, главной особенностью которых является превращение посетителя из пассивного слушателя в активного участника экскурсионного процесса. Подобная практика используется в Пушкиногорском музее-заповеднике «Михайловское» (Псковская область) [3], Музее русской усадебной культуры «Влахернское-Кузьминки» (Московская область) [4], Государственном музее-заповеднике С.А.Есенина (Рязанская область) [5]. Это многофункциональные культурные комплексы, которые производят положительный социальный эффект, под которым мы понимаем духовное развитие личности, повышение её творческого и интеллектуального потенциала.

Кроме того, подобные музейные комплексы способствуют развитию внутреннего туризма, который может стать приоритетной отраслью экономики для многих регионов. Но дальнейшее развитие подобных проектов невозможно без поддержки со стороны государства. Речь идет как о финансовой помощи, так и об изменениях в действующем законодательстве: Федеральный закон № 54-ФЗ «О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» был принят 24 апреля 1996 года. С тех пор статус музея, его общественное положение изменились, к тому же появились новые формы музейной работы, которые требуют надлежащего нормативно-правового регулирования.

Процесс модернизации сложный и многоплановый. Он затрагивает все сферы деятельности музея, музейных работников и посетителей музея.

Но готовы ли российские музеи к процессу модернизации? На этот вопрос нельзя ответить однозначно. Мы можем лишь предположить, что модернизация форм работы музея изменит его статус в обществе, сделает привлекательным местом работы, досуга для многих людей. Такие перемены будут сопровождаться и совершенствованием художественного, культурного, эстетического и технологического потенциала музея, что сможет стать базой для формирования и развития международных связей, установления культурных, деловых и дружеских контактов.

Литература

1. Будко, А. Модернизация. Схематизация опыта. // Мир музея. – 2010. – №4. – С. 34-37.

2. Кулемзин, А. Об определении понятия «Музей». // Мир музея. – 2008. – №3. – С.13.

3. Михайловская пушкиниана: Сборник статей научных сотрудников музея-заповедника А.С. Пушкина «Михайловское». Выпуск 2. М.: МЦНТИ, 1999. – С. 6-14.

4. Справочник руководителя учреждения культуры. – 2008. – №4. – С. 88-89.

5. Государственный музей-заповедник С.А. Есенина. URL: http://www.museum-esenin.ru (Дата обращения 24.03.2011).

6. Музей мифов и суеверий русского народа. URL: http://www.sueverija.narod.ru (Дата обращения: 24.03.2011).

Савченко А.

2 курс, факультет «Экономика и Учет»
Университет Международного Бизнеса, Алматы, Казахстан
Научный руководитель**: магистр, ст. преп. **А.В. Истомина-Нуркеева

Влияние Интернета на раннюю половую социализацию

Интернет занял прочную позицию в повседневной жизни большинства людей, особенно молодежи. TNS опубликовал исследование аудитории Рунета, закрывающее отчетность 2010 года. Согласно данным TNS Web Index, в декабре прошедшего года количество пользователей, выходящих в Сеть хотя бы один раз в месяц, составило 35,2 млн. человек. Согласно данным опроса TNS, пользователь Интернета образца декабря 2010 года – это житель крупного города в возрасте 18-34 лет, один из трех или более человек в семье, рабочий или работающий студент со средним доходом [1]. А также, сотни тысяч подростков и юношей сегодня не представляют своей жизни без ежедневного посещения социальных сетей, черпают информацию из лент новостей интернет-сайтов, общаются через комментарии живых журналов и т.п. Сеть-интернет непосредственно влияет на формирование личности молодых людей и подростков. Ведь сетевая свобода не всегда является положительным фактором в половой социализации личности подростка и юношей [2]. Из-за недостатка занятости досугового времени подростка, многие из них большую часть времени проводят в сети. И не всегда они заняты домашней работой,

просмотром познавательного фильма или прослушиванием музыки. В интернете наравне с киноафишей можно найти информацию о сексе. А сеть не всегда доступно и правильно представит информацию о сексуальном поведении, контрацептивах и т.д. Подросток может быть не готовым к подобной информации, так как чаще всего в сети дается извращенная информация (видео, фото, статьи и т.д.) о сексе, что возможно отрицательно скажется на его дальнейшей жизни. В результате подростки страдают от неразделенной любви, бросаются из окон, униженные перед возлюбленной, а изнасилование становится тяжелейшей трагедией, ведущей также к суициду и болезням. У таких подростков, в будущем, о построении нормальной, полноценной семье не может быть и речи. Интернет несет в себе не только полезную информацию для учебы или досуга, но и опасную информацию, которая порой может покалечить жизнь или, же лишить её.

Цель: изучить отношение современной молодежи к вопросу о влиянии интернета на раннюю половую социализацию.

Задачи:

1. Изучить и проанализировать вопрос о влиянии интернета на половую социализацию молодежи;

2. Провести экспериментальное исследование.

В исследовании использовались следующие теоретические и эмирические методы: анализ и изучение по вопросу исследования; психологический эксперимент, математическая обработка данных.

Исследование проводилось в октябре 2010 года со студентами и школьниками. Экспериментальную выборку составили 120 человек в возрасте (от 14 до 20 лет): 45 респондентов юношеского возраста (девушки и парни), и 75 респондентов подросткового возраста.

Экспериментальное исследование показало: лица юношеского возраста проводят в интернете больше времени, чем подростки и 42,9% опрошенных респондентов проводят 3 часа в интернете. Интернет помогает многим респондентам заменять общение в реальной жизни.

Для студентов интернет – это средство развлечения, и общения в социальных сетях, а для подростков, в большей степени, – источник знаний и помощник в учёбе. Более 74% респондентов считают, что интернет негативно влияет на развитие молодежи в целом.

Половина опрошенных респондентов – 43%, позитивно относятся к интернет-знакомствам, другая половина – 47% не доверяет знакомствам в сети. 78% молодежи считают, что доступная информация о сексе всем желающим – это один из негативных факторов интернета, так как, даже, ребенку подобная информация доступна, и может быть не достоверной и травмирующей. Из 100% респондентов, 79% не просматривают информацию сексуального характера (всплывающие окна «клубнички»), и лишь 21% интересуется подобной информацией. 76% молодежи относится

негативно к виртуальному сексу, так как для них важнее реальное присутствие партнера при коитусе. 14% опрошенных, ничего против виртуального секса не имеют, и лишь 10% респондентов равнодушны к нему. 29% респондентов отметили, что на их раннюю половую жизнь повлияла информация о сексе в Интернете, а на остальных 71% она никакого влияния не оказала. Интернет не ограждает подростков от ненормативной информации, таким образом, они становятся посетителями порносайтов и специальных блогов, что может развивать у них извращённые взгляды на интимные отношения. 52% респондентов, приобрели большое количество знаний о сексе из сети, другие – 42% ничего нового для себя не узнали.

Среди преимуществ интернета в приобретении знаний о сексе были выделены, следующие: прозрачность и полнота информации, возможность приобрести опыт, учитывая ошибки других людей, конфиденциальность. Среди недостатков отмечали:

недостоверная информация, возможность доступа у маленьких детей к информации о сексе, возможность стать виртуальной жертвой.

Современная молодежь, достаточно, негативно настроена по отношению к сексуальным меньшинствам (гомосексуализм, лесбиянство) – 72%. И лишь 28% воспринимает их как нормальных, полноценных людей. Наше мнение созвучно с мнением других коллег, что гомосексуальность зарождается в самой подростковой среде. Из числа обследованных А. Соренсеном американских подростков, имеющих гомосексуальный опыт, взрослыми были «инициированы» только 12 процентов мальчиков и меньше 1 процента девочек, у остальных первым партнером был сверстник или подросток не намного старше или моложе. Свыше 60 процентов мужчин-гомосексуалов, обследованных А. Кинзи, пережили первый гомосексуальный контакт между 12 и 14 годами; в 52,5 процента случаев их партнеру также было от 12 до 15 лет, у 8 процентов он был младше, у 14 процентов это были 16–18-летние юноши и только у остальных – взрослые. А интернет – это та платформа, где различные сообщества выражают свое мнение и взгляды, в частности и сообщества, пропагандирующие гомосексуальные связи.

На вопросе о том, когда стоит начинать вести активную сексуальную жизнь, большая часть молодых людей (57%) ответили, что всё зависит индивидуально от каждого человека: физическое развитие, психологическая готовность и т.д. Главной причиной начала активной интимной жизни у молодых людей и у подростков послужило любопытство и совет сверстников-друзей. Мнение молодых людей и подростков по поводу возраста начала вступления в интимную жизнь оказалось схожим.

Выявленные нами в процессе эксперимента результаты позволили сформулировать следующие выводы:

1) Для большей части молодежи интернет – это платформа для развлечения и проведения досуга, а лишь потом помощник в учебной деятельности;

2) Для половины респондентов интернет является информатором в вопросах о сексе, а для других не явился таковым;

3) Молодежь, а особенно подростки не достаточно информирована в вопросах сексуального характера;

4) Современная молодёжь достаточно рано вступает в сексуальные отношения, не до конца осознавая всю ответственность за свои поступки. Решающую роль в формировании ранней сексуальной инициации и интимной жизни сыграло: доступность к порносайтам и подобным интернет-платформам, а также, совет «просвещенных» сверстников-друзей;

5) Частой причиной вступления молодёжи в сексуальные отношения, является любопытство и, лишь, у незначительной части респондентов первый коитус происходил по любви;

6) Респондентами были отмечены, как преимущества, так и недостатки Интернета в приобретении знаний сексуального характера, респонденты отметили: – прозрачность и полноту информации, возможность приобрести опыт, учитывая ошибки других людей, конфиденциальность, а недостатки – недостоверная информация, возможность доступа у маленьких детей к информации о сексе, возможность стать виртуальной жертвой лиц, обладающих психопатическими или извращенными сексуальными наклонностями;

7) Существует необходимость в образовательных учреждениях применять современные формы в систематической социально-педагогической работе с молодежью: проведение разъяснительных мероприятий посредством интерактивных методов (игры, тренинги, обучающее видео и т.д.).

Литература

1. *www.tns-global.ru (Отчеты TNS Web Index за 2010 год).*
2. *www.creative-sensor.ru (статья «Влияние интернета на человека»).*

Приложение

Рисунок 1

Показатели затрат времени в день на времяпровождение в социальных сетях лицами подросткового и юношеского возраста

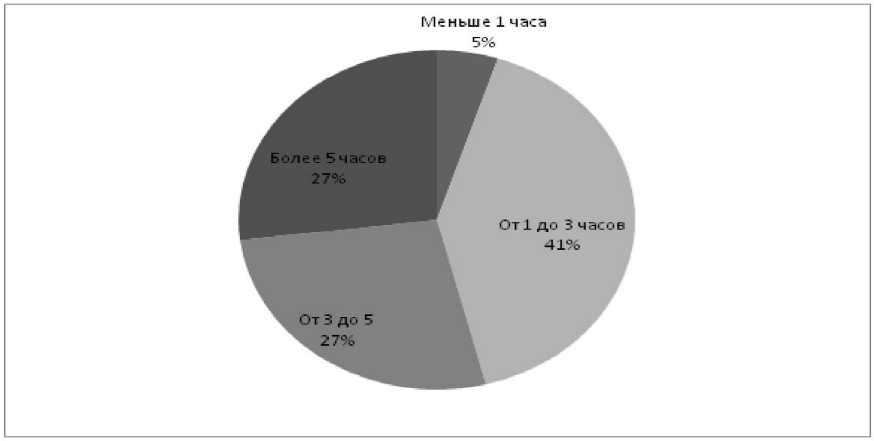


Рисунок 2

Основная деятельность в интернете лиц подросткового и юношеского возраста

Рисунок 3

Показатели влияния интернета на раннюю активную половую жизнь на лиц подросткового и юношеского возраста

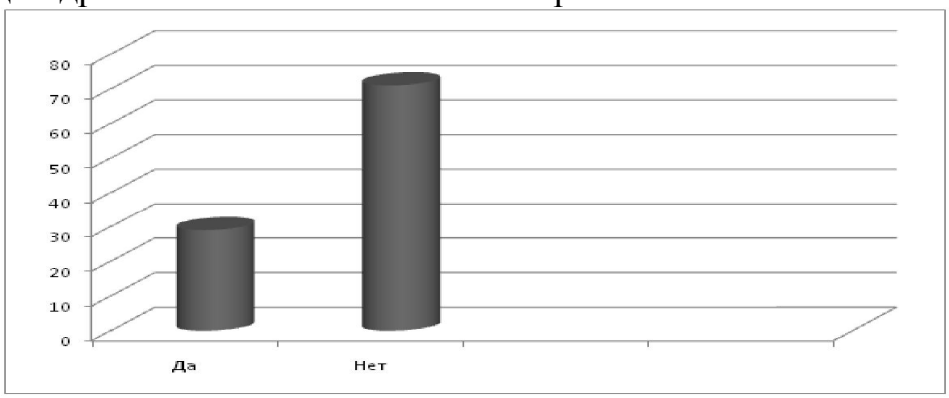


Рисунок 4

Показатели причин начала активной интимной жизни лицами подросткового и юношеского возраста

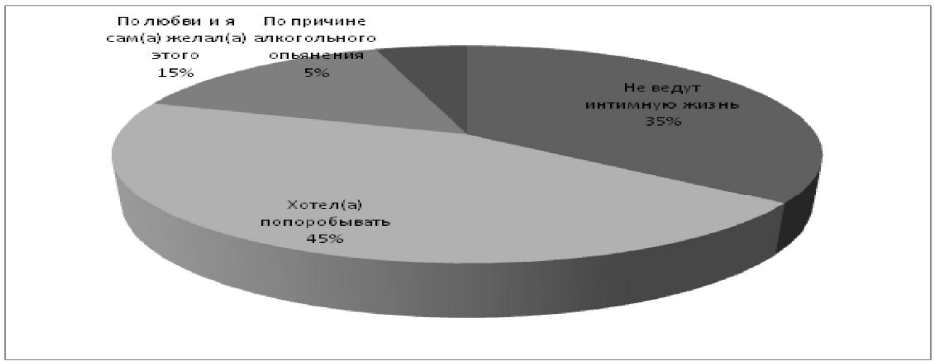
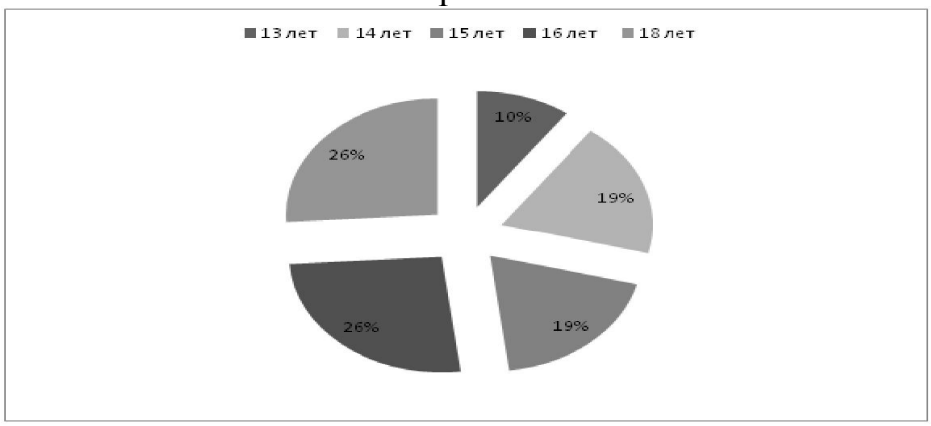


Рисунок 5

Возрастной показатель начала вступления в интимную жизнь лицами подросткового и юношеского возраста



Трякин М., Царев А., Егоров Н.

1 курс, факультет «Вычислительные машины, комплексы, системы и сети», ЭФ ФГОУ СПО «МКУиНТ»

Научный руководитель: Л.И. Желудкова

Использование машинного перевода: можно ли пользоваться электронными переводчиками?

В настоящее время компьютеры занимают все более значительное место не только среди программистов и инженеров, но и в среде самых разнообразных пользователей, включая лингвистов, переводчиков и специалистов, нуждающихся в оперативном переводе иноязычной информации. В этой связи компьютерные словари являются очень удобным подручным средством в целях экономии времени и оптимизации процесса понимания иноязычной информации. Кроме того, сейчас имеются программы-переводчики, которые могут производить более или менее адекватный перевод иноязычных текстов и могут являться подспорьем в работе специалистов различных профилей. Данная работа посвящается изучению указанных проблем, а также анализу некоторых

лингвистических программных продуктов, направленных на автоматизацию процесса перевода.

Настоящую тему исследования можно считать вполне современной, поскольку история развития и внедрения в повседневную жизнь персональных компьютеров (а тем более таких, каким было бы ‘под силу’ осуществлять более или менее современные программы машинного перевода) насчитывает едва ли более пятнадцати лет. Особую актуальность эта тема приобретает, если учесть тот факт, что именно в настоящее время Россия все более интегрируется в международное сообщество и что, наряду с экономическими и политическими барьерами, препятствуют этому во многом барьеры языковые. Вместе с тем, профессиональных переводчиков, способных и желающих осуществлять подобный процесс коммуникации сообществ во всех сферах науки и культуры, не так много, следствием чего является тот факт, что услуги их недешевы. Поэтому именно сейчас особенно актуален поиск путей максимально автоматизировать процесс перевода, осуществляемого человеком, чтобы, с одной стороны, максимально облегчить нелегкий труд человека-переводчика, а с другой – сделать этот труд максимально эффективным. Осуществить подобное можно, лишь максимально интегрировав усилия специалистов в областях кибернетики, программирования, психологии, а главное – лингвистики.

Цель данной работы – определение того, насколько можно использовать современные программные продукты для осуществления перевода, а также выявление наиболее перспективных, на наш взгляд, направлений исследований в области его автоматизации.

В соответствии с поставленной целью, **задачами** исследования являются:

– уяснение местоположения компьютерной лексикографии среди лингвистических наук;

– уяснение различий между электронными и традиционными бумажными словарями;

– определение максимально эффективного способа организации электронных словарей;

– уяснение различий между разнообразными системами МП и классификации последних;

– анализ работы систем машинного перевода на примере перевода, произведенного программой PROMT XT, и сравнение образцов перевода с переводом, сделанным человеком. Анализ причин несоответствия.

До уровня полной автоматизации перевода человечество еще не дошло, да и дойдет, вероятно, не скоро. Причиной этому является, вероятно, недостаточный уровень развития наук, затронутых в создании подобных систем. Слишком сложно сказать, как человек переводит – а тем более сложно смоделировать этот процесс с помощью компьютерной

программы. Тем более сложно сделать это, если учесть, что человек мыслит образами, а научить этому компьютер – невозможно в принципе (по крайней мере, на настоящем уровне развития ЭВМ).

Другое дело, что уже теперь мы можем использовать достижения науки и техники для облегчения работы человека во всех сферах его деятельности. Конечно, применимость ЭВМ может быть где-то более актуальна, а где-то – менее. Тем не менее, ЭВМ применимы везде, более того – уровень их применимости постоянно растет. Справедливо это и для автоматизации процесса перевода. Если машины и не могут пока осуществлять адекватный перевод самостоятельно, то служить серьезным подспорьем для переводчика они вполне в состоянии. При их грамотном использовании эффективность перевода может возрасти в несколько раз, причем качество перевода не снизится, а наоборот – повысится.

Таким образом, говоря о наиболее перспективных путях развития систем автоматизации перевода, следует, вероятно, сосредоточиться на том, что выполнимо на данный момент, то есть на создании более эффективных электронных словарей с как можно более эффективным механизмом поиска и индексации, с как можно более интегрированной системой словарных статей.

Фролова Е.

2 курс, психолого-педагогический факультет,
Арзамасский государственный педагогический институт им. А.П.Гайдара
Научный руководитель**: канд. филос. наук, доц.* ***И.Б. Сазеева

Проблема интуиции в истории философии

Среди познавательных способностей человека значительное место занимает интуиция, которая не определяется однозначно ни в философии, ни в психологии. Термин интуиция многозначен и трудно отделим от явлений сферы бессознательного и подсознательного или инстинктов. Вместе с тем понимание этой «формы неявного знания» необходимо, на наш взгляд, для прояснения природы и возможностей человека, особенностей его познавательного освоения мира.

Новая философская энциклопедия определяет ее так: «Интуиция (лат. intuitio – созерцание, непосредственное восприятие, пристальное всматривание) — в широком (обыденном) понимании способность прямого, ничем не опосредованного постижения истины» (2).

В истории философии проблема интуиции рассматривалась, как часть проблемы поиска средств и путей достоверного знания. Античная философия положила начало двум основным направлениям этих поисков – сенсуалистическому и рационалистическому, соответственно которым впоследствии сформировались понятия «чувственной» и «интеллектуальной» интуиции. Платон говорит о духовном созерцании

«эйдосов», то есть наиболее общих понятий, которые он считал подлинным бытием – рационалистическое понимание интуиции. Согласно Аристотелю, высшие понятия усматриваются непосредственно – чувственная интуиция. Интуиция как духовное узрение сверхчувственного представлена в учении Плотина, Дионисия Ареопагита, Николая Кузанского. В схоластике и философии средневековья вообще к интуиции относились скептически. Эта ситуация резко меняется в XVII в. в связи с укреплением позиций классического рационализма и широкой экспансией математики и ее методов в философию и науку. Важнейшим условием истинности знания и познания основных аксиом науки Р. Декарт считал фактор непосредственной достоверности, характерный для интуиции как формы «ясного и внимательного ума», порожденной «одним лишь светом разума» Подчеркивая особую роль дедукции в познании, Декарт усматривал преимущество интуиции в ее «простоте» и надежности. Он утверждал: «Под интуицией я разумею не веру в шаткое свидетельство чувств и не обманчивое суждение беспорядочного воображения, но понятие ясного и внимательного ума, настолько простое и отчетливое, что оно не оставляет никакого сомнения в том, что мы мыслим, или, что одно и тоже, прочное понятие ясного и внимательного ума, порождаемое лишь естественным светом разума и благодаря своей простоте более достоверное, чем сама дедукция…» Статус интеллектуальной интуиции как высшего вида знания отстаивали с теми или иными оговорками Спиноза, Локк, Лейбниц, Мальбранш и др.

В философии XX века формируется интуитивизм, который уделяет интуиции особое внимание, считая ее высшим видом знания. Основоположником этого направления считается Анри Бергсон.

Бергсон вполне лояльно относится к интеллекту (понятийному мышлению), указывая, однако, на ограниченность его функциональных возможностей и сферы применения: интеллект выявляет и упорядочивает лишь связи и отношения между «мертвыми» вещами; жизнь же постигается интуицией. Согласно Бергсону, интуиция («симпатия») предстает в качестве условия спонтанного творческого порыва личности, реализующего себя прежде всего в искусстве. Человек, считает он, настолько художественно одарен, насколько он свободен от воздействий «разлагающей силы разума» и, напротив, утонченность (элитарность) и «чистота» его интуитивных прозрений, концентрирующихся в глубинах духа, становится стимулом эстетических восприятий и переживаний действительности. Стоит отметить, что Бергсон признавал только чувственную интуицию.

Среди русских философов понятие интуиции играет важную роль в творчестве Н.А. Бердяева, Н.О. Лосского, С.Л. Франка.

Н.А. Бердяев ставит своей целью не только разоблачить гносеологическую роль интуиции, но и дискредитировать всю

традиционную гносеологию, представляющую собой, по его убеждению, орудие насилия рефлектирующего субъекта над объектом. Истина постигается исключительно интуитивным путем. Интуиция – это инструмент «непосредственного касания» и «первичного переживания» бытия. «Бытием», однако, Бердяев именует не доступный научному и обыденному знанию чувственно-материальный («болезненный» и «греховный») мир, но мир «невидимый», мир «иной». Таким образом, из формы (или даже предпосылки) знания интуиция трансформируется в компонент религиозной веры.

Иную интерпретацию интуиции предлагает Н.О. Лосский. Превознося мистическую интуицию, он не считает ее единственным средством постижения истины. С интуицией связана высшая способность духа, цель которой – приобщение человека к «сверхкосмическому металогическому принципу» – божественному «Ничто». Помимо мистической интуиции, он вычленяет чувственную и интеллектуальную интуицию, сферы приложения которых – природно-материальные объекты и идеальные связи и отношения между ними. Под интуицией Лосский понимает способность «непосредственного созерцания предметов в подлиннике», т.е. таковыми, каковы они сами по себе, без каких бы то ни было привнесенных «субъективных примесей» и оценок. В интуиции объект свидетельствует о себе и тем самым гарантирует истинность представляемого о себе знания. Интуиция трактуется Лосским весьма широко. Особыми разновидностями интуиции он считает и сам разум, и все формы рассудочного мышления, и даже опыт.

С.Л. Франк рассматривает интуицию как первичную сверхрациональную ступень постижения «целостного бытия» в его металогической цельности.

Существенно общее в философском понимании интуиции выразил М. Бунге в работе «Интуиция и наука» : «для философа интуиция,.. – почти всегда способность человеческого ума, которая отличается как от чувственности, так и от рассудка и представляет собой не что иное, как некий автономный способ познания, а именно внезапное, полное и точное постижение» (1, 5). Интуиция обычно проявляется в неразрывной связи с вдохновением, эмоциями и аффективными состояниями, что обусловливается необычным подъемом духовных и физических сил в процессе творчества.

С точки зрения философии и психологии одной из наиболее интересных является разновидность интеллектуальной интуиции, отождествляемой Бунге с «творческим воображением». «Его называют творческим, пишет он, – ибо оно – способность творить понятия и системы понятий, которым может ничто не соответствовать в ощущениях, хотя бы даже они и соответствовали чему-нибудь в реальности, а также потому, что оно вызывает к жизни нешаблонные идеи» (См. 1, 108-109). Эта

творческая интуиция создает гипотезы, новые технические изобретения и пути экспериментального исследования.

Современные научные представления об интуиции определяют ее не как трансцендентное озарение, а исключительно как важный (но не необходимый) момент сложного и неосознаваемого по своему механизму взаимодействия чувств, разума и опыта. Интуиция является не начальным этапом знания, а переходным звеном от одного его уровня к другому. Будучи субъективной по механизму формирования, интуиция трансформируется в знание лишь при условии включения в рационально осмысленную и понятийно оформленную систему.

Литература

1. *Лебедев С.А. Интуиция как метод научного познания. Москва, 1980*
2. *Новая философская энциклопедия. В 4-х тт.- М.:Мысль. 2000-2001. – Т. 2.*

Фролова Е.

2 курс, факультет социально-культурный сервис и туризм,
Псковский филиал Санкт-Петербургского государственного
университета сервиса и экономики
Научный руководитель**: ст. преп. **Л.В. Виноградова

Российский турист: идентификационные признаки

Граждане России получили возможность свободно путешествовать не так давно. Советский опыт таких поездок за границу был связан с попыткой государства формировать впечатления путешественников. Процент людей, имевших возможность попасть за границу, был ничтожен. В последние два десятилетия в России наблюдается резкий рост выездного туризма: отпуск за границей стал определяющим классификационным признаком формирующегося в России среднего класса. Однако здесь возникает ряд вопросов. Каковы нынешние предпочтения российских туристов? Что и зачем они мечтают увидеть за границей? Какие именно характеристики путешествия ценятся ими больше всего? Что вызывает недовольство? Поиску ответов на эти вопросы посвящено данное исследование.

Богатый материал для изучения потребительских предпочтений российского туриста среднего класса можно обнаружить в различного рода он-лайн дискуссиях на темы летнего отдыха, в связи с чем нами была предпринята попытка проанализировать тексты, представленные самими туристами в виртуальных сообществах путешественников. Мы проанализировали содержание наиболее посещаемых российских интернет-форумов (www.ayda.ru; www.otzyv.ru; www.100dorog.ru) и отобрали 30 текстов. Методика отбора включала в себя сочетание двух процедур: 1) определение наиболее популярных стран и направлений; 2) выбор рассказов, вызвавших наибольшее количество отзывов (методика,

разработанная А.Б. Фенько [1]). При анализе содержания отобранных рассказов был использован список из сорока категорий, составленный австралийской исследовательницей Оливией Дженкинс на основе 28 международных исследований отзывов туристов о своем отдыхе [2]. Данные о сравнительной частоте упоминания различных категорий зарубежными и российскими туристами представлены в таблице.

Таблица 1

Частота упоминания различных категорий в описаниях российских и зарубежных туристов

Категория	**Ранг категории по частоте упоминаний**	
	Российскими туристами	**Европейскими туристами**
Пейзажи, природа	14	1
Гостеприимство / дружелюбие	7	2
Климат	24	3
Цены	5	4
Развлечения /ночная жизнь	8	5
Возможности для занятия спортом	25	6
Шоппинг	9	7
Безопасность	15	8
Другая кухня	2	9
Отдых (тишина, спокойствие)	16	10
Исторические достопримечательности/ музеи	6	11
Удобство размещения / проживания	1	12
Другие обычаи / культура	26	13
Туристические достопримечательности/ развлечения	19	14
Местная инфраструктура / транспорт	10	15
Архитектура / здания	11	16
Пляжи	3	17
Многолюдность	17	18
Чистота	27	19
Города	20	20
Доступность	21	21
Возможность пережить приключения	28	22
Информация /экскурсии	12	23
Атмосфера (привычная/ экзотическая)	29	24
Экономическое процветание/бедность	30	25
Семейный отдых/отдых для взрослых	31	26
Возможность расширить свои знания	32	27
Качество сервиса	4	28
Степень коммерциализации	33	29
Политическая стабильность	34	30
Репутация/слава/ популярность	35	31
Степень урбанизации	36	32
Наличие друзей/ соотечественников	37	33

Дикая природа/животные	22	34
Изысканность/утонченность	38	35
Интересно	23	36
Оживленно, возбуждающе	39	37
Местные жители	13	38
Подлинность	40	39
На каком языке говорят	18	40

Из таблицы видно, что в отличие от западных туристов, российские чаще всего упоминают в своих рассказах удобство размещения, кухню, пляжи. Зарубежных путешественников эти категории тоже волнуют, но значительно меньше (по числу упоминаний они находятся на 12, 9, 17 местах соответственно). В сравнении с западными туристами для россиян существенно важнее, чтобы они жили в хорошем отеле с качественным сервисом. Обращает на себя внимание также то, что наших граждан значительно меньше волнуют вопросы безопасности, климата, возможностей занятия спортом. Наконец, в рассказах наших соотечественников значительно чаще обсуждаются особенности местного населения и их языка.

Содержательный анализ тем, вызвавших наибольший интерес у посетителей сайтов, позволил выявить несколько «болевых точек» в сознании россиян. Одной из самых насущных проблем, которая обсуждается в большей половине отзывов, является негативное отношение к русским туристам. Особенно остро данная проблема чувствуется на курортах массовых направлений: Египта, Турции, Туниса. По отзывам туристов, русским предоставляют номера меньшей комфортности, предлагают питаться в отдельных ресторанах, не проводят анимационные программы на русском языке и пр. Вот как описывает свою ситуацию турист, отдыхавший в Тунисе (авторская орфография и лексика сохранена): «*Не знаю, почему, но и в Тунисе (помимо др. туристических стран) к нам очень странное, игнорирующее, отношение. Номера нашим дают САМЫЕ отстойные – угловые, с видом чёрт знает куда, на первом этаже (из-за густой растительности в комнатах мало солнца и всё время сыровато, у нас не успевали за ночь высыхать полотенца!!!) … Всё лучшее – для Европы! Но не для нас. Другому мужчине менеджер на ресепшн по-русски так и сказал: "В отеле расселение по НАЦИОНАЛЬНОМУ признаку"*». Однако сами же путешественники объясняют подобное отношение со стороны персонала особенностями поведения русских туристов: «*Немцы и англичане не хамят обслуживающему персоналу, не позиционируют себя господами по сравнению с уборщиками и официантами, не орут на них, тогда как русские (ну и вообще граждане бывшего СССР) создали себе именно такой имидж. К большому сожалению*». Большинство участников форумов стыдятся неподобающего поведения соотечественников: «*Все жалуются на плохое отношение к*

русским. А вы не пробовали подумать, почему так? Лично мне было стыдно за наших».

В целом, проведенный анализ свидетельствует о том, что российским туристам присущи определенные признаки, которые позволяют отличить его от туристов других национальностей. К сожалению, в процессе путешествия наши соотечественники руководствуются лишь собственными интересами, удовлетворением материальных потребностей; их более волнует отношение к «себе любимым», чем их же отношение к окружающим. Хотелось бы выразить надежду, что с течением времени имидж российского туриста изменится в лучшую сторону.

Литература

1. Фенько А.Б. Туризм как показатель социального статуса // Социологические исследования. – 2007. – №2. – С.125-131

2. Jenkins O.H. Understanding and Measuring Tourist Destination Images. // International Journal of Tourism Research, №1, 1999, pp. 1-15.

Черевик М.

10 класс, МОУ «СОШ №13 с УИОП» г. Электросталь
Научный руководитель: *учит.англ.языка* ***О.Ю.Пестрецова***

VIDEO GAMBLING

This research is aimed to introduce people the new form of entertainment – video games. In this work they are considered from all points of view, touching terms of violence, psychological damage, addiction and educational, communicational and even physical benefits.

In this research our aims are:

- to study the history of video games and game industry itself;
- to consider video games from different points of view;
- to understand whether video games do harm or good to players.

What Is a Video Game?

A video game is a game that involves interaction with a user interface to generate visual feedback on a video device. The video games' history starts in 1947. That time it was a primitive device consisted of display and game controller. The first video game as it is now recognized was *Pong* which needed to be put through the television. It was the early prototype of what we now call a console. Its commercial success led other companies to develop numerous *Pong*-clones, spawning the video game industry.

Platform – the specific combination of electronic or computer hardware software, which allows a video game to operate. The term "system" is also commonly used. There is also the term a "PC game". It refers to a form of media that involves a player interacting with a personal.

There are now three commonly used and recognized consoles. These are X-box 360, Nintendo Wii and Playstation 3.

A video game, like most other forms of media, may be categorized into genres based on many factors.

- Action
- Adventure
- Simulator
- Role-playing Game
- Strategy
- Quest
- Other genres

Because genres are dependent on content for definition, genres have changed and evolved as newer styles of video games are created. Some genres represent combinations of others.

Video Games' Influence.

The problem of video gaming is very important for modern society. Indeed, the main part of playing audience is children. Today video games are evaluated in two ways: on the one hand they are associated with increasing of intellectual and physical abilities, on the other hand – with dangerous influence on gamers' psychology and health.

Criticism and Controversy

Some researchers claim that video games may cause a variety of negative effects on players such as: feeling of aggression, promotion of violence, game addiction, health problems. The market of video games consists of games that include killing, attack, aggressive actions, and cruel behaviour. These factors lead to change in human psychology and mind. Gamers became more wicked and more aggressive. The tragic examples of aggression caused by video games are widely reported massacres in American schools. In one case a group of teenagers "looked forward to use their shotguns just as in DOOM". The most common argument against video games is that they promote violence. Violence in video games is shown without punishment, it is rather encouraged and rewarded. Often the things taking part on the screen are not appropriate for children. As an example, try to imagine a five-years-old boy playing Gears of War, where is a lot of blood, violence and swearing. What do you think will happen after a week of playing the game? Well, it depends on the child, but we can say that at least he'll become terrified and that his psychology will be seriously damaged.

There are many examples of health problems caused by video games. Parents and organizations blame not only the food industry for the rise of childhood obesity, but they are turning to video games as a key factor. The time that would normally be spent being active outdoors or in sports, is replaced with video gaming. Radiation even of the safest and modern monitors is serious leading on eyes and bearing of unformed organisms.

Playing video games may be addictive! One of the most addictive game types is MMORPG. MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-playing

Game) is a genre of computer games in which a very large number of players interact with one another within a virtual game world. The main feature is, of course, interaction between players. They form guilds, unions, orders and other organizations. The main aim of these organizations is to help its members in solving game quests. Players earn money (in-game currency) or bonuses for doing quests. They develop game characters making them skillful and experienced. Actually, the game is so magnificent in player's opinion, that most players spend all their free (and sometime work) time playing. For many players MMORPG is the second life, and this life is better than the real one. They join fantastic adventures, fight in epic battles, make friends and even marry in the game...

However, there are some ways to warn a parent about game content. These are services for game ratings. The examples of these are ESRB, which operates in America and PEGI, which is recognized by Europe. These are voluntary systems. Therefore it is not illegal for persons under the age to play the game, as it is a system of helping parents of children to make informed decisions on buying the game.

Benefits

As a form of multimedia entertainment, modern video games contain a unique synthesis of 3D art, CG effects, architecture, artificial intelligence, sound effects, dramatic performances, music, storytelling, and, most importantly, interactivity. Therefore, today video games can be posed as a new form of interactive art.

Being a new form of entertainment video games also help to: exercise personality, develop creativity; get away from everyday life, break routine; relive stress; take out anger.

Moreover, video games help to improve such intellectual abilities as: emergent behavior, logic, attention, perceptual abilities, cognitive abilities, resistance to distraction.

To experience the game, the player must first determine the objectives, as well as how to complete them. Also the player is mastering a highly complex system with many variables. This requires a strong analytical ability, as well as flexibility and adaptability.

Learning principles found in video games can be used in educational activities. Video games also help to improve communicational aspect.

According to researches certain types of video games can improve visuomotor skills, such as: spatial and coordination skills; hand dexterity; peripheral vision. A study of 33 laparoscopic surgeons found that those who played video games were 27 percent faster at advanced surgical procedures and made 37 percent fewer errors compared to those who did not play video games

The Conclusion

Since the computer was invented it has come into our lives forever bringing the new form of entertainment for all the mankind. The reaction on

video games may be different. Many people claim that video games damage children's psychology, kill their free time, and do not bring anything useful.

But on the other hand researches show games do not do the harm, but the good to players. They develop not only players' intelligence abilities, but even physical skills. And it must be clear that video games, like any other form of entertainment, like films or books, should be controlled in content. Only then video gaming will not turn into video gambling.

Чудакова В.

3 курс, факультет «Экономика и Учет»
Университет Международного Бизнеса, Алматы, Казахстан
Научный руководитель**: магистр, ст. преп. **А.В. Истомина-Нуркеева

Мотивация вступления в молодежную субкультуру «эмо»

Изучение молодежных субкультур издавна составляет важное направление в различных науках: социологии, педагогике, психологии. Субкультура (лат. sub – под и cultura – культура; подкультура) в социологии и культурологии – часть культуры общества, отличающаяся от преобладающей, а также социальные группы носители этой культуры. В 1950 году американский социолог Дэвид Райзмен в своих исследованиях вывел понятие субкультуры как группы людей, преднамеренно избирающих стиль и ценности, предпочитаемые меньшинством. Более тщательный анализ явления и понятия субкультуры провел Дик Хэбдидж в своей книге «Субкультура: значение стиля». По его мнению, субкультуры привлекают людей со схожими вкусами, которых не удовлетворяют общепринятые стандарты и ценности.

В СССР для обозначения членов молодёжных субкультур использовался термин «Неформальные объединения молодёжи», отсюда жаргонное слово «неформалы». Для обозначения субкультурного сообщества иногда используется жаргонное слово «тусовка».

Существует ряд исследований, объясняющих вступление молодежи в различные субкультуры. Например, социопсихологический подход связывает вступление молодежи в субкультуры и коллективное девиантное поведение с возрастными особенностями психики. Американский психолог Эрик Эриксон считал, что вступление молодежи в определенную субкультуру связано с процессом идентификации личности. А для обозначения интервала между подростковым возрастом и взрослостью ввел понятие «психосоциальный мораторий». Психосоциальный мораторий – это период, в течение которого молодые люди имеют право на свободное ролевое экспериментирование, чтобы найти соответствующую им нишу в обществе. Таким образом, еще не определившийся в целях своей жизни молодой человек, посредством вступления в различные

молодежные субкультуры и движения, пытается найти себя и раскрыть сущность своего «Я».

Тема неформальных движений и субкультур имеет очень сложную проблематику, и является крайне актуальной в наше время. Это и побудило нас обратить на них особое внимание. Мы решили выяснить причины вступления молодежи в различные субкультуры (на примере молодежной субкультуры «Эмо»).

Эмо (от англ. emotional – эмоциональный) – молодёжная субкультура, образовавшаяся на базе поклонников одноимённого музыкального стиля. Возникновение Эмо связано с появлением музыкального направления Эмо-кор (Emo-core). «Прародителем» Эмо-кора считается панк-рок, хотя есть и технические особенности, заимствованные также у металла и хардкора. Несмотря на то, что эмо-кор появился и развивался как подвид панк-рока, ценностные ориентации этих субкультур совершенно различны. В отличие от классических панков, эмо отличает романтизм и акцент на возвышенной любви, в песнях частая смена голоса вокалиста, от самых высоких, до самых низких нот, импульсивность, лопающий перепонки длительный крик (scream). Стремление к переживанию ярких и чистых эмоций и их выражению – главное правило для эмо-кидов. Их отличает: жажда самовыражения, противостояние несправедливости, особенное, чувствительное мироощущение. Актуальность данной темы состоит в том, что в настоящее время существует данное социальное явление – развитие молодежных субкультур и их влияние на воспитание и социализацию подрастающего поколения.

Цель: провести исследование, направленное на выявление мотивов вступления молодежи в молодежную субкультуру «Эмо».

Задачи:

1) изучить и обобщить специальную психологическую литературу по проблеме исследования;

2) подобрать методику исследования;

3) в экспериментальных условиях выявить причины вступления молодежи в субкультуру «эмо».

В процессе исследования использовались следующие теоретические и эмпирические методы: изучение и анализ специализированной литературы по проблеме исследования, контент-анализ, математическая обработка данных.

Исследование проводилось в ноябре 2010 года в специализированных форумах в интернет – сети: emo-style.ru и emo-way.ru. Экспериментальную выборку составили 50 человек в возрасте от 16 до 19 лет, входящие в состав субкультуры «Эмо».

В качестве метода исследования был выбран контент-анализ. Контент-анализ проводился на основании ответов респондентов в форумах

emo-style.ru и emo-way.ru в подфорумах с названием «Почему вы стали Эмо?». В процессе анализа каждый ответ был учтен, проанализирован и в результате мы выделили три категории мотивов вступления в данную субкультуру:

1) Психологическое деструктивное состояние респондента: состояние как результат неразделенной любви, наличие депрессии, чувство одиночества, эмоциональная нестабильность. Например, «нравится раскрепощенность в эмоциях», «желание стать эмоциональным», «сам был эмоциональным, и после вступления узнал, как это называется».

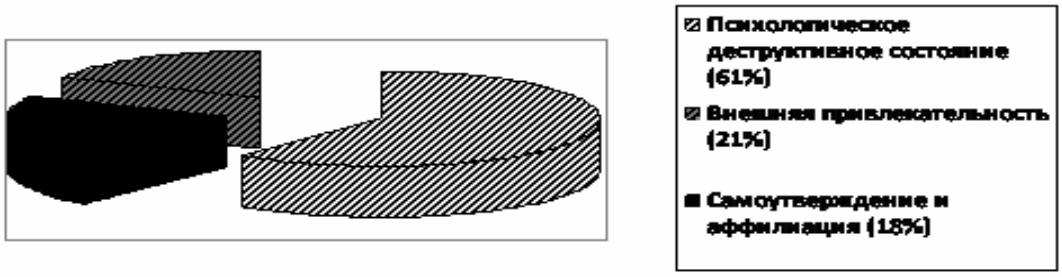
2) Внешний фактор привлекательности субкультуры: музыка, субкультурные ритуалы, например «сходки для общения»;

3) Самоутверждение и аффилиация респондентов: привлечение внимания противоположного пола, выражение себя через стиль одежды.

Количественные данные анализа мотивов вступления молодежи в субкультуру «Эмо» представлены на Рисунке 1.

Рисунок 1

Мотивы вступления молодежи в субкультуру «Эмо»



Как видно из Рисунка 1, преобладающей причиной вступления молодежи в субкультуру «Эмо» является психологическое деструктивное состояние (61%). В данную категорию мы отнесли состояние как результат неразделенной любви, наличие депрессии, чувство одиночества, эмоциональную нестабильность. Это может быть связано с тем, что представителей субкультуры эмо отличает их особенное, чувственное мироощущение, а также стремление к переживанию сильных эмоций, крайнее преувеличение и мифологизация своей инаковости.

21 % составил «внешний фактор привлекательности»: притягательность музыки данной субкультуры, и возможность общаться на «сходках» с подобными единомышленниками. Этот факт может быть связан и с тем, что в большинстве случаев молодежь объединяется в субкультуры по музыкальным предпочтениям. Многие субкультуры образовались именно на основе музыкального стиля (панки – панк-рок, металлисты – хэви метал). 18% ответов были связаны с мотивом самоутверждения и аффилиации, выраженные в привлекательности стиля «эмо» в общем, так и отдельных его элементов (одежда, прическа,

аксессуары и т.д.), а также отметили, как способ привлечения внимания противоположного пола (члена субкультуры-эмо).

Выявленные в процессе исследования причины вступления в субкультуру «эмо» позволили нам сформулировать следующие выводы и рекомендации:

1) Специфическими мотивами у представителей субкультуры «эмо» являются: компенсация негативного отношения к себе крайним преувеличением и мифологизацией своей инаковости; выбор определенного внешнего субкультурного образа, который подменяет ценностное самоопределение и аффилиацию при отсутствии у молодежи соответствующего социального опыта; наличие психологического деструктивного состояния, эмоциональная нестабильность, конфликтность взаимоотношений со взрослыми и сверстниками, вызываемое провоцирующим имиджем и некомпетентностью в общении.

2) Социально-психологическая помощь психологом в работе с молодежью должна носить пропедевтический характер: создание в группе позитивного эмоционального климата; содействие в приобретении социального опыта – конструктивного межличностного взаимодействия, расширение представлений о способах и вариантах самовыражения, обсуждения, осмысления и понимания идеологии субкультуры и понимания себя, осуществление медиаторства в конфликтах со взрослыми и сверстниками.

3) Должна осуществляться подготовка и переподготовка ппсихологов для осуществления социально-психологической помощи молодежи, в частности, представителям юношеских субкультур в зависимости от социокультурных особенностей региона, образовательного учреждения и т.п.

Эмин Р., Гусева О.

11 класс, МОУ «СОШ №12 с УИИЯ», г. Электросталь

Научный руководитель: *учит.англ.языка* ***Н.В. Обухова***

Православная символика. Внешние символические составляющие православного храма

В настоящее время много зарубежных делегации школьников и студентов, различные волонтеры и миссионеры приезжают в большие и малые города России. Приезжают они и в наш небольшой подмосковный город Электросталь. Принимая делегации, учащиеся хотят сами проводить экскурсии по родному городу, а не пользоваться услугами турагентств и их переводчиков.

Такое желание вполне оправдано, тем более что по уровню владения иностранным языком многие выпускники школ достигают уровня

независимого пользователя, а школьные курсы истории, литературы, географии, мировой художественной культуры дают хорошую основу для подготовки экскурсий по туристическим маршрутам родного края.

Однако межпредметные связи не всегда получают достаточную степень интеграции в системе школьного образования, а базовый курс иностранного языка, при всей его сложности и существующем многообразии учебных пособий, не совсем удовлетворяет данной потребности учащихся. Все это и явилось объективной основой для создания нашей проектной работы, пособия для школьного гида-переводчика.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РАБОТЫ.

Как видно из самого названия данную работу можно условно разделить на гидовскую (информационную) и переводческую (практическую).

Межпредметная основа пособия призвана соединить воедино знания, полученные в ходе изучения различных дисциплин, и вывести их на новый уровень осмысления, применительно к новым практическим задачам общения. Так, гидовская часть пособия предусматривает обобщение знаний по истории и культуре отечества, и связанные с ними имена, факты, события. Здесь же формируются и системно повторяются знания об основах русской церковной архитектуры, живописи, влияние верований на светскую и духовную жизнь России.

Зримое воплощение церковного символизма – православный храм, который представляет собой наиболее «открытую», осознанную, продуманную систему смыслов. Говоря о христианской символике, следует отметить, что понимание ее вне Церкви невозможно в принципе. Соответственно, человек, желающий плотнее приобщиться к древнему преданию и традициям, должен, глядя на земное в сооружении храма, стараться видеть в нем небесное. Для этого у человека есть множество возможностей. Символика храма есть выражение литургической жизни Церкви, важнейшей стороны церковного предания.

Уже в ранних христианских памятниках есть указание на то, что храм должен напоминать корабль и должен иметь три двери как указание на Святую Троицу. Образ корабля, особенно Ноева ковчега, часто используется и по сей день для обозначения Церкви. Поэтому до сих пор «кораблем» называется срединная часть храма.

Храм имеет четыре стены, соответствующие четырем сторонам света, они строятся равновеликими и образуют куб.

Если храм есть образ мира, то каждая стена должна соответствовать одной из стран света и одновременно – той или иной области церковной жизни.

Восточная часть – область света, «страна живых», страна райского блаженства. Потерянный нами рай был на Востоке, в Эдеме (Быт. 2, 8).

«Само здание должно быть обращено на восток. Все вместе, встав и обратившись к востоку по выходе оглашенных и кающихся, пусть молятся Богу, восшедшему на небеса на востоке, в воспоминании также о древнем жительстве в раю, находящемся на востоке, откуда первый человек был изгнан за нарушение заповеди по наветам змея».

Традиция сооружать над основным зданием храма один или несколько куполов пришла к нам из Византии. Купол является символом небесного (сфера) и вечного (круг). Многообразие форм в русском храмовом зодчестве отражается на количестве куполов, венчающих храмы. Это количество куполов – символично. Одна глава символизирует Единого Бога, три купола – по одному над храмом, алтарём и колокольней – Святую Троицу, пять куполов – Христос и четыре евангелиста вокруг Него, семь глав (священное число) – семь таинств Церкви, девять куполов – по числу ангельских чинов, тринадцать – Христос и двенадцать его ближайших апостолов …

Форма купола также имеет символический смысл. Шлемовидная форма напоминала о воинстве, о духовной брани, которую ведет Церковь с силами зла и тьмы. Форма луковицы – символ пламени свечи. …

Цвет купола также важен в символике храма. Золото – символ небесной славы. Золотые купола были у главных храмов и у храмов, посвященных Христу и двунадесятым праздникам. Купола синие со звездами венчают храмы, посвященные Богородице, потому что звезда напоминает о рождении Христа от Девы Марии. Троицкие храмы имели зеленые купола, потому что зеленый – цвет Святого Духа. Храмы, посвященные святым, увенчаны также зелеными или серебряными куполами.

Крест является предметом религиозного почитания в большинстве христианских конфессий. Возникновение в христианстве культа креста связано с мученической смертью Иисуса Христа, которую он принял на кресте по приговору Понтия Пилата. Крест всюду сопутствует христианину в его земном странствовании – начиная от рождения и до самой смерти.

Камень – символ прежде всего Самого Христа.

Символизируя Христа, камень символизирует одновременно и твердую веру во Христа Множество камней в мире символизирует множество верных – от начала, до скончания времени. Если стены храма – все народы, из которых Христос создал свою Церковь, по мнению св. Иоанна Златоуста, а камень – символ верного Господу христианина (по ап. Петру), то камни в стене храма символизируют души праведных людей, составляющих Церковь.

Литература

1. Соловова Е.Н. «Гид-переводчик»: Учебный курс по англ.яз. для уч.старш.кл. и студентов. М-Просвещение, 2002.

2. Baldok J. Christian Symbolism Element, 1990.

3. Millan-Gulland R. The Russians-Blackwell Publishers 1998.

4. Thompson M. Philosophy Of Religion.-Teach Yourself Books, 1995.

5. Рябцев Ю.С. История русской культуры. Художественная жизнь и быт. 11-17 ВВ.- М. ВЛАДОС, 1997.

6. Еремина Е.С. Предания о русских иконах. – М.ВЛАДОС.1994.

7. Туголукова Г. Погода изменчива не только в Лондоне…Учеб. пособие по английскому языку. Глосса Лтд. 1998.

Секция «Дизайн и искусство»

Баринова А.
6 курс, факультет дизайна,
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель: Е.К. Кораблева

К вопросу проектирования интерьеров киноцентра в торгово-развлекательном комплексе "Эльград" в г. Электросталь

Тема работы – проект интерьеров киноцентра в торгово-развлекательном комплексе «Эльград» в городе Электросталь. Целью этого проекта была разработка наиболее эргономичного, эстетического, лаконичного и современного планировочного решения; разработка интерьеров киноцентра. Исходным материалом для встречного плана перепланировки являлся нереализованный проект, разработанный одной из дизайнерских компаний.

Киноцентр запроектирован на втором этаже торгово-развлекательного комплекса «Эльград». Площадь, отведенная под киноцентр, имеет сложную геометрическую форму с габаритами примерно 54х60 м.

На первом этапе проектирования была проведена работа с аналогами существующих киноцентров, которые входят в состав торговых центров; обобщение теоретического материала по наиболее актуальным аспектам выбранной темы. Изучив подобранные аналоги, провели сравнительный анализ. Он, в свою очередь, выявил несколько основных принципов проектирования современных киноцентров. Сравнительный анализ также дал более широкое представление о планировке, оборудовании и решении интерьеров и помог в создании проекта конкурентоспособного киноцентра.

Концепция проекта была максимально проста: сделать все, чтобы обеспечить посетителям максимально комфортный и увлекательный отдых; разместить на данной площади как можно больше видов развлечений, с целью расширить целевую аудиторию киноценра.

Выявив основные зоны, которые должны были войти в состав киноцентра, расположили их на проектируемой территории, с учетом эргономических, эстетических, композиционных принципов.

Основные зоны киноцентра: зона касс, зона кинозалов, зона фаст-фуда, рекреационная зона, зона ресторана, зона административных помещений.

Центром композиции в данном проекте выступает рекреационная зона, в которой расположилась фотовыставка. Добиться ощущения прогулочной зеленой зоны, было решено, с помощью размещения на

центральной оси холла кадок с искусственными деревьями, вокруг которых расположили удобные деревянные лавки. В результате люди, посещающие киноцентр, могут не только прогуливаться по просторному залу выставки, рассматривая работы художников, но и просто отдохнуть, сидя в уютной обстановке, ожидания сеанс.

В связи с сегодняшней популярностью японской кухни, было принято решение разместить в киноцентре японский ресторан. Для того чтобы ресторан был уютным и изолированным от основного помещения торгового центра, предлагается закрыть вход в киноцентр из торговых рядов сплошной перегородкой.

На территории проектируемого киноцентра существует участок, на котором находится полукруглая полностью остекленная стена. С целью выявить ее предлагается организовать входную зону и зону фаст-фуда. Для этого отказываемся от существующего расположения главного входа и переносим его в организованную зону.

Все интерьеры киноцентра, за исключением японского ресторана, выполнены в современном стиле. Основные характеристики современного стиля в дизайне интерьера – это, пожалуй, функциональность и конструктивизм, столь свойственные по преимуществу рациональному типу мышления человека современности.

В создаваемых интерьерах используется свободная комбинаторика материалов: искусственные материалы вмешиваются в натуральные; натуральное дерево соседствует с металлом и зеркальными поверхностями.

Яркие цветовые пятна организуют пространство подобно интереснейшим деталям мебели и ультрасовременным аксессуарам.

Интерьер ресторана выполнен в японском стиле. Этот стиль оформления современного интерьера привлекает простотой, элегантностью, функциональностью.

В результате перепланировки и разработки интерьеров киноцентра, получилось эргономичное, лаконичное пространство, что являлось первоначальной задачей.

Болычева Т.

5 курс, факультет дизайна
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц.* ***Т.Н.Вильде

Этапы развития русского интерьера XVIII – первой трети XIX веков

Культурный пласт с X по XVII век в истории России называют Древнерусским искусством. В этот период определяющим моментом в развитии архитектурных форм и интерьерного пространства, особенно в XVII веке, являются традиционные национальные основы русской

культуры, уходящие корнями к народному искусству. И только с начала XVIII века, с петровской эпохи, влияние западной культуры на русскую культуру становится более прямым и значимым. В этот исторический период из Западной Европы на российскую почву приходят такие стили, как барокко, рококо и классицизм.

В XVIII и первой трети XIX века интерьеры дворцовых сооружений разрабатывались в едином стиле с экстерьером. Составной частью интерьера того времени являются монументально-декоративные росписи, скульптура, обивочные ткани, наборные паркеты, мебель, осветительные приборы.

Стиль барокко появился в русской архитектуре, прежде всего, благодаря строительству Петербурга. Он зародился в Западной Европе и, как сказал И.А. Бартенев: «Был воздвигнут на русском фундаменте».

Триумфатором русского барокко является Ф.-Б. Растрелли. К раннему периоду творчества архитектора можно отнести следующие работы: московские Анненгофы; Третий Зимний дворец; Большой Летний дворец и другие. Когда Растрелли становится признанным мастером, он создает Большой Петергофский дворец, Большой Екатерининский дворец в царском селе и Четвертый Зимний дворец.

Придуманная Растрелли система анфилад, позволяла достичь той динамики, которая свойственна барокко, а насыщенность декоративными элементами в сочетании с золотом, и исключительная сочность деталей в каждой комнате придавала интерьерам черты парадности и театральности.

Кроме барокко для оформления своих интерьеров, Растрелли применял стиль рококо, стиль который получил распространение в Западной Европе в XVIII веке. Это проявлялось в специфической цветовой палитре (розовой, голубой) и в использовании декоративных элементов. Стиль рококо позволял сохранить динамику и нарядность, свойственную барокко, но в то же время, благодаря цветочному орнаменту, «расползающемуся по всем поверхностям», придавал легкость и воздушность интерьерному пространству.

В шестидесятые годы XVIII столетия барочно-рокальные формы постепенно сменяются более сдержанным стилем, в котором проявляется интерес к античному искусству. Это было связанно не только с желанием следовать новой моде, распространившейся на Западе, но, прежде всего, теми глубокими изменениями, которые происходили в экономическом и социальном развитии России. Этот стиль получил название классицистический и характеризуется умеренностью, простатой и тонкостью.

В своем развитии классицистический стиль прошел три стадии: ранний период (1760-е и 1770-е годы), строгий период (последние два десятилетия XVIII) и поздний период (первая треть XIX века).

Эти три этапа прослеживаются и в интерьерах. Столь характерная для барочных интерьеров предельная насыщенность, динамичность форм постепенно начинают уступать место уравновешенности, симметрии и четкости вертикальных и горизонтальных членений. В интерьере усиливаются элементы ордерной архитектуры.

Ранний классицизм связан с деятельностью ряда видных архитекторов – А. Кокоринова и В. Деламота (Академия художеств), А. Ринальди (Мраморный дворец), Ю. Фельтена.

Юрий Фельтен переделывает залы Большого Петергофского дворца, которые были оформлены Растрелли, а именно, Чесменский, Большой (Тронный) и Белый залы.

Кроме дворцовых интерьеров, архитектор работает над решением интерьерного пространства жилых зданий. Эти здания составили, в последствии, западную часть будущей Дворцовой площади. Так, например, в доме, принадлежавшем А.Д. Ланскому, в отделке полукруглой лестницы был использован ордер в виде пилястр из искусственного мрамора, в обработку стен введены также барельефы с мифологическими сценами.

Архитектура зрелого (строгого) классицизма дает новые, ранее не известные композиционные решения жилых и общественных зданий. Основное предпочтение отдается компактным планам (прямоугольным, квадратным), и исключению протяженных линейных построений, типа анфилад.

Становление и укрепление принципов строгого классицизма отчетливо проявляется в творчестве И. Старова. Одно из центральных мест в его работах – Таврический дворец. Большая галерея дворца является крупнейшим образцом в архитектуре классицизма колонного зала. Внутренняя пространственная организация рассчитана на последовательное прохождение ряда помещений, расположенных не на поперечной, а на продольной оси здания. Возрастает роль гладкой стены, декор отступает на второй план.

Следующий большой этап развития русского интерьера – это период так называемого позднего классицизма, первая треть XIX века. Данный период может быть разделен на два этапа: первый до Отечественной войны 1812 года, второй – с момента окончания этой войны и до времени распада классического стиля, который приходится на середину 1830-х годов.

Тонким мастером интерьера начала XIX века был А. Воронихин. Его роль в развитии интерьера не ограничивалась только решением внутреннего пространства помещений, архитектор уделял большое внимание прикладному искусству, создав большое количество рисунков для мебели и предметов убранства. Воронихин оформил заново ряд помещений в Строгановском дворце, из которых наиболее значительными являются: Минеральный кабинет и Картинная галерея. Они принадлежат

не только к лучшим творениям этого выдающегося мастера, но их следует отнести к числу уникальных русских интерьеров рубежа XVIII и XIX веков.

Второй этап позднего классицизма, начавшийся после Отечественной войны 1812 года, выдвинул новые, свежие художественные идеи. Одной из характеризующих черт этого периода является членение пространства на отдельные взаимосвязанные элементы.

Мощный толчок развитию интерьера дали, работавшие в основном в Петербурге, архитекторы В. Стасов (здания Павловских казарм на Марсовом поле в Петербурге) и К. Росси (интерьеры Аничкова дворца и перестроенного им Елагина дворца (1818-1822 года).

В период позднего классицизма хотелось бы отметить творчество московского архитектора Д. Жилярди. Он восстанавливал и перестраивал здание Московского университета, построенного по проекту Казакова.

Таким образом, начиная с петровской эпохи, русский интерьер проходит несколько этапов в своем развитии – от динамичного, роскошно-пышного интерьера в стиле барокко до строгого, монументального интерьера периода классицизма. Оформление интерьеров зависело от выбранного стилистического направления. В XVIII – первой трети XIX века экстерьер, интерьер, а также элементы интерьера всегда были выполнены в едином стиле.

Великие зодчие, мастера стилей XVIII и первой трети XIX веков: Земцов, Растрелли, Фельтен, Ринальди, Воронихин, Стасов, Росси, Жилярди и др. поддержали изменения и новшества, которые были предложены временем. Они великолепно справлялись с поставленными им задачами. Россия XVIII – XIX веков дала миру много замечательных памятников архитектуры.

Литература

1. *Адамчик М.В. История русского искусства. – М.: Харвест, 2008;*
2. *Алексеева И.Ф. Стили интерьера. – М.: Ниола 21-й век, 2003;*
3. *Бартенев И.А. Русский интерьер XVIII – XIX веков. – М.: Саврог и К, 2000;*
4. *Дмитриев В.К. Архитектура Санкт-Петербург. – СПб.: Крона-принт, 2007;*
5. *Дмитриева Н.А. История искусств. – М.: АСТ-пресс, 2008;*
6. *Евсина Н.А. Пути развития стиля в русской архитектуре середины XVIII столетия. Русский классицизм второй половины XVIII – начала XIX века. – М.: Изобразительное искусство, 1994;*
7. *Ильина Т.В. Русское искусство XVIII века. – М.: Высшая школа, 1999;*
8. *М.: Аванта+, 2006;*
9. *Пунин А.А, Архитектура Петербурга середины XIX века. – Лениздат, 1990;*
10. *Свободная энциклопедия Википедия. ru.wikipedia.org;*
11. *Трубинов Ю.В. Строгановский дворец. – СПб.: Белое и черное, 1996;*
12. *Чиняков А.Г. Архитектурное наследство. – М.: ОНМЦ, 1996.*

Выгузова А.
6 курс, факультет дизайна
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: проф. **И.В. Горбунов

Об особенностях проектирования объектов общественного питания с совмещением функций
на примере кафе «Театральная шкатулка»

В настоящее время наблюдается появление арт-кафе, в которых собираются люди, ценящие искусство. Повышается значение оформления подобных заведений. Это увеличивает роль дизайна среды: соответствие внешнего облика происходящему внутри, планировка и оформление интерьеров в соответствии с функциональным их назначением, схемы работы и создание образной атмосферы. Творческим людям необходимо место, где они могут встретиться, обсудить свои идеи, показать свое искусство заинтересованному зрителю, получить совет. Данный проект разрабатывается с учетом потребностей творчески активных посетителей.

Театр – это синтез всех искусств, поэтому театральное кафе выбрано для дипломного проектирования с целью создания пространства, объединяющего представителей разных творческих профессий, а также их зрителей и слушателей; среду, в которой и те и другие получат максимум духовной пищи и условия для творческой реализации.

Работа над дизайн-проектом интерьеров кафе «Театральная шкатулка» с благоустройством прилегающей территории началась с идеи создать культурное «ядро» в обществе, клубную жизнь, способствующую повышению духовно-нравственного уровня населения и участвующую в его образовательно-воспитательном процессе.

Концепцией проекта предусматривается использование современных художественных средств, аудио-, видео-, светотехники, позволяющих создать условия, при которых зритель будет иметь возможность отвлечься от реальности и в максимальной степени погрузиться в атмосферу сценического действия. При этом ему предоставляется также возможность испытать потребность духовного очищения через соприкосновение с культурными ценностями, накопленными человечеством.

На базе совмещения двух функций – кафе и театрального мероприятия – организуется пространство для творческих встреч, дискуссионных форумов, презентационных выступлений. Все средства проектирования направлены на достижение наиболее эффективного диалога между актером и зрителем.

Архитектурная идея здания заключается в создании образа шкатулки, внутри которой происходит некоторое таинство. Первое впечатление производят фасады, экстерьер. После рассмотрения нескольких вариантов была выбрана форма куба, символа истины,

завершенности, стабильности, статического совершенства, безукоризненного закона. В процессе работы форма усложнилась срезанными углами и расширяющимся кверху пространством. В качестве декора предлагается использовать витражи и пилоны. В ночное время витражи подсвечиваются, что помимо эстетической функции выполняет и рекламную. Главный вход остеклен.

Один из первых вопросов, возникших при разработке проекта театрального кафе – подача пищи без помех для мероприятия. Было решено разместить кухню на первом этаже и подачу пищи осуществлять с помощью лифта, который поднимается на второй – в основной зал. На втором этаже располагается сцена и места для зрителей. Лифт поднимается в районе барной стойки, у которой посетители могут получить, а официанты разнести заказанные блюда или напитки. Предполагается, что меню кафе должно быть легким, без крепких алкогольных напитков и сложных блюд. Зрительские места непохожи на зал в театре. Это столики с диванами или креслами, развернутые в сторону сцены. Таким образом, посетители могут следить за театральным действием, а также имеют возможность поставить на небольшой стол заказанные блюда.

Для «Театральной шкатулки» предусмотрена прилегающая территория. В процессе поиска решения её благоустройства подбирались методы для разнообразия театральной жизни заведения, а также создания зоны культурного проведения досуга в городе. Кафе имеет два основных выхода. Один из них ведет на площадку, которая может использоваться для мероприятий на открытом воздухе – народные гуляния, каток зимой или перенесение театрального действия из помещения на улицу при определенных режиссерских задачах. Для удобства на территории создается два заезда и две парковки. Главный вход предложено выделить инсталляцией из скульптур для погружения посетителя в нужное эмоциональное состояние. Также выделена зеленая зона для прогулок и отдыха.

Проект театрального кафе включает в себя элементы дискуссионного форума, презентационных выступлений, творческих встреч для обмена идеями, читок и показов (актуального work in progress[1]) и т.п.

Посетителями кафе могут быть театральные критики, журналисты, режиссеры, драматурги, актеры, художники, продюсеры, преподаватели академий, университетов, институтов и училищ искусств, их коллеги и студенты. И зрители, которым интересно искусство и его создатели.

Так как театральное искусство является эффективным инструментом нравственного, эстетического и гражданского воспитания личности, театральное кафе призвано сыграть важную роль в образовательно-воспитательном процессе.

[1] Work in progress (англ.) – незавершённое произведение (*писателя, художника и т. п.*)

В работе над проектом использован междисциплинарный подход. При проектировании мы обращались к научным дисциплинам: «Основы композиции в дизайне среды», «Основы эргономики в дизайне среды», «Цветоведение», «Колористика», «Компьютерные технологии в дизайне среды», «Ландшафтное проектирование в дизайне среды», «Типология форм архитектурной среды», «Организация архитектурно-дизайнерской деятельности».

Используемые средства проектирования помогли решить поставленные задачи. Совмещение функций театрального мероприятия и общественного питания способствует удовлетворению материальных и духовных потребностей населения. Созданы условия для организации интеллектуального ядра общества, свободы общения, выполнения рекламных функций театральных презентаций. Кроме того, предложены улучшенные условия в сфере общественного питания и альтернатива для проведения досуга.

Проектируемое кафе может быть размещено в небольшом городе. Также предполагается возможность создания сети заведений в едином стилевом ключе, предложенном в проекте.

Галкина И.

6 курс, факультет дизайна
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: ст.преп. **М.В. Макарова

К вопросу благоустройства общественно-прогулочного парка в Московской области

Тема была выбрана нами не случайно, т.к. на территории Подмосковья мало благоустроенных зон отдыха.

Были проведены исследования материалов по экологической ситуации водоохраной зоны Москвы и Московской области среди резко пересеченной местности, в окружении холмов, полей, лесов раскинулось одно из самых живописных мест Подмосковья – Истринское водохранилище.

В настоящее время на берегах Истринского водохранилища, согласно акту обследования Мосводоканала от 23.07.2009 года в районе деревень Верхуртово и Лыщево ведутся работы по подготовке места для строительства дач, засыпаются болота и ключи, прокладываются дороги, с нарушением проложены трассы канализации и водопровода, произведена вырубка леса, возводится ограждение. Все это, безусловно, повлияет не только на внешний вид территории, но и на экологическую ситуацию в целом. Некоторые дома на берегу водоема построены под видом некапитальных строений, однако они стоят на сваях, глубоко вкопанных в землю. Кроме того, некоторые базы отдыха перепрофилируются под

строительство коттеджей. Истринское водохранилище содержит стратегический запас воды для Москвы и Московской области. Однако в средствах массовой информации не раз публиковалась информация о закрытии пляжей на Истринском водохранилище, вследствие загрязнения воды и прилегающих территорий бытовыми отходами.

Благоприятные природные условия в Истринском районе и нарушение природопользования явились главными факторами в определении места расположения парка.

Для прогулочного парка была взята территория 3,4 га Солнечногорского района.

В процессе изучения литературы по архитектуре, парковому искусству, и театральному искусству зародилась основная идея проекта. Отправной точкой для создания архитектурного и ландшафтного образа стал итальянский театр масок.

При разработке плана прогулочного парка, за основу нами было взято круглое строение амфитеатра. По всей территории парка были размещены – тематические площадки. От этих центров располагаются площадки отдыха.

Все зоны парка представляют круги. Одна из основных зон парка – зона кафе , с прилегающей территорией .

Прототипом будущего кафе взят итальянский «Колизей». Его круглое строение амфитеатра с арками легло за основу проекта.

Нами были разработаны фасады кафе, внутренняя планировка помещения с зимним садом. Кафе представляет собой двухэтажное здание. Размер кафе 27,700 х 25,300мм, высота 8700 мм. Высота первого этажа с перекрытием 5200 мм, высота второго этажа 3700 мм. Высота фонаря 4000 мм.

На первом этаже кафе располагаются летняя и зимняя веранда. В левой части располагаются служебные помещения и рабочая зона. Центром кафе является зимний сад, вокруг которого располагаются столики. В этом зале есть лестница, ведущая на второй этаж – зону летнего кафе. Помимо центрального зала, в котором располагается зимний сад, есть второй зал, где находится сцена для живой музыки.

На втором этаже располагается открытая летняя веранда. На веранде разместился фонарь, который улучшает инсоляцию помещений кафе. На веранде также стоят столики, за которыми можно посидеть и отдохнуть.

В кафе можно отдохнуть как летом, так и зимой.

При разработке прилегающей к кафе территории мы придерживались общей концепции.

Ландшафт прилегающей территории представляет собой круг. Круг формируют сады различных стилей: парк древний мир, сад – клуатр средневековья, эпохи возрождение, классицизма и сад барокко.

Через парк в стиле классицизма проходит главная аллея, ведущая к зоне развлечений, где будут проходить огненные шоу.

Организующим элементом всех садов различных стилей являются фонтаны.

Разработка аллеи ведущей к зоне «Феерии огня».

От зоны кафе вниз к зоне феерии огня идет аллея. На ней располагаются «зеленые комнаты». Внешний вид комнат ничем не отличается друг от друга, а вот их наполнение разное. Комнаты располагаются в шахматном порядке. Одна из комнат остается неизменной и повторяется на протяжении всей аллеи – комната отдыха. Далее следуют комнаты: танцев, шахмат, тайн и музыкальная комната. Также как и в ландшафте зоны кафе, так и на аллеи в каждой из комнат располагаются фонтаны.

Одна из прибрежных зон парка названа именно пастораль, так как является более спокойной и возвышенной над всей обыденностью и суетой. Именно сюда можно уйти от шумной и фееричной части парка и погрузиться в спокойствие и тишину. Эта зона объединила в себе три составляющие: Театр фонтанов, Театр солнца и Театр мостов. Центром каждой составляющей является беседка. Вода, присутствующая здесь, спокойная. Она не бежит, не спускается каскадом. Даже в «Театре фонтанов» нет этой фееричной нотки Барокко. Фонтаны здесь просто играют капельками воды, в которых отражается солнце.

Таким образом, в представленном нами проекте благоустройства общественно-прогулочного парка в Московской области в районе Истринского водохранилища, было произведено зонирование плана, и детально проработаны три основные зоны: зона «Феерии» огня, зона кафе, зона «Пастораль», мы надеемся, что в процессе реализации проекта будут решены проблемы отдыха и комплексного досуга жителей Подмосковья, а также устранены негативные последствия хищнической эксплуатации водоема Истринского водохранилища.

Гапуленко Е.

3 курс, факультет дизайна,
МГУТУ имени К.Г. Разумовского
Научный руководитель**: доц. **Т.П. Юматова

Аналитическое искусство в современной живописи

Основоположником аналитического искусства был Павел Николаевич Филонов. Он в русское искусство накануне первой мировой войны и сразу занял в нем особое место. С 1932 года, когда в последний раз в Русском музее демонстрировались его работы на выставке, посвященной пятнадцатилетию революции, творчество Филонова было надолго исключено из художественной жизни страны. Никто из лидеров

русского авангарда не подвергался при жизни такому ожесточенному преследованию, а после смерти – глобальному замалчиванию. В истории русского и советского искусства как бы не было такого художника, оставалась лишь филоновская легенда, изустно передаваемая его учениками.

Во всех академиях мира путь к картине ведет через эскизы и композиционные наброски, то есть от общего к частному, к завершенному произведению. Аналитический метод предполагает противоположный путь – от частного к общему, путь органического роста произведения. Наблюдая тенденции развития, заложенные в явлении, художник помогает их реализации, как бы управляя скрытым ходом эволюции. Отсюда вытекает понятие «чистой эволюционирующей формы». «По существу, чистая форма в искусстве, – отмечал Филонов, – есть любая вещь, писанная с выявленной связью с творящейся в ней эволюцией, т.е. с ежесекундным претворением в новое»

Филонов заявил, что кубизм пришел в тупик. Кубизму он противопоставил аналитический метод творчества. Филонов различает два пути создания картины: «предвзятый» (канон) и «органический» (закон). Художник писал: «Выявляя конструкцию формы или картины, я могу поступить сообразно моему представлению об этой конструкции формы, т.е. предвзято, или подметив и выявив ее закон органического ее развития; следовательно, и выявление конструкции формы будет предвзятое – канон или органическое – закон»

Филонов считал, что современные ему художники – и кубисты, и реалисты – узко и однобоко взаимодействуют с природой, фиксируют только два ее свойства – цвет и форму, тогда как любое явление имеет неисчислимое количество не менее ценных свойств. Он писал: «Так как я знаю, вижу, интуирую, что в любом объекте не два предиката, форма да цвет, а целый мир видимых или невидимых явлений, их эманаций, реакций, включений, генезиса, бытия, известных или тайных свойств, имеющих, в свою очередь, иногда бесчисленные предикаты, – то я отрицаю вероучение современного реализма “двух предикатов” и все его право-левые секты, как ненаучные и мертвые, – начисто».

По-моему мнению аналитическое искусство похоже на некую философию, оно по сравнению с классическими направлениями в живописи изучает предметный и духовный мир, оболочка и предметная форма не важны, художник обращается к первоисточнику, ищет и изучает некую истину, вкладываемую в картину. Филонов считал, что для художниак должен быть важен каждый мазок кистью. Каждый мазок кисти, каждый контакт с картиной – это чёткая запись через материю и в материю физического процесса внутри художника и вся работа – это целая запись интеллекта художника, который её пишет. Представте непрерывно и точно в каждую частичку цветом, который нашли так, чтобы он входил в

эту частичку как тепло входит в тело или так, чтобы цвет был органично связан с формой.

В своих работах художник очень часто затрагивает два тематических плана, два круга образов, проходящих через все творчество Филонова. Один из них – тема современного города, который Филонов воспринимал как источник зла, калечащий человека физически и духовно. Его отношение можно легко проследить по картинам: «Животные», «Трое за столом», «Безрукие», «Кому нечего терять». Второй – это созданная художником социально-художественная утопия о братской, справедливой жизни людей на Земле. Как в большом цикле картин – «Крестьянская семья», «Поклонение волхвов», «Трое за столом», «Цветы мирового расцвета» и другие.

В своих картинах Филонов затронул темы актуальные и сейчас, обличенные в разнообразные образ, цвета и линии перед нами предстает отношение художника к реальности. Он в своих поисках обличает как пороки общества, так и красоту простой жизни и обворожительность природы.

Аналитическое искусство похоже на рентген, просвечивающий оболочку насквозь и выворачивающий всю подноготную, но и тут не все так просто – возникает головоломка понимания, до многих картин надо «дорасти». Картина должна заставлять мыслить. В аналитическом мышлении процесс обучения становится составной частью созидательного процесса, ведь должен думать не только зритель, но и художник.

Филонов никогда не продавал своих картин. «Все свои работы, уже сделанные, и те которые рассчитывает сделать, он решил отдать государству, чтобы из них был сделан музей аналитического искусства», – писал художник. Когда Филонов погиб в первые месяцы ленинградской блокады, его сестра спасла работы и хранила их все долгие годы забвения, она принесла их в дар Русскому музею основную коллекцию его работ. Они-то и составили подавляющую часть настоящей выставки, первой персональной выставки Филонова в городе, где прошла вся его творческая жизнь.

А теперь можно задуматься – что такого могли перенять современные художники от «опального мастера»? В наше время искусство стало массовым и потребительским, постоянный поиск чего-то нового и еще никем не придуманного, толкает художников к экспериментам. Тут стоит заметить, что неизведанным и не приевшимся является то, что взывает чувства, эмоции, мозговой штурм. Цвет и форма уже не являются определяющими картины. Мир рушится в воображении художников, поворачивается разнообразными гранями, изучается досконально и предстает перед нами в аморфных или линейных образах.

Дали, Ван Гог, Малевич, Пикассо – сознание человека перерабатывает все и выдает свои интерпретации на холсте. Во время

свободомыслия художник может позволить себе многое. То, за что Филонов был гоним, сейчас может и является актуальным для многих. В картинах можно отобразить все: то чувство загнанности и горя, боязнь каждого нового дня, неопределенность, надежда, просто радость свободе. Илья Глазунов, Александр Лозовой, Дан Маркович, Елена Седых, Рафаил Облински, Вес Бенскутер и многие другие, в своем творчестве затрагивают многие каноны и законы аналитического искусства, и делает не напрасными труды Филонова и его учеников.

Государев П.

МОПК НИЯУ МИФИ

Научный руководитель**: канд. техн. наук, доц. **Т.А. Миргородская

Главная тема главного архитектора

Градостроительные проблемы прошлого г. Электросталь имеют огромное значение в развитии современной городской среды, её эстетики, эргономики, экологии. Актуальность выбранной темы обусловлена потребностью в системном подходе к решению архитектурно-строительных задач и проблем благоустройства города.

Материальная среда в архитектуре представляет собой интереснейший пласт жизни нескольких поколений и является предметом наших исследований.

На основе публикаций автора генерального проекта города Малахова Я.И. и главного архитектора Лопушанского П.И. мы постарались воссоздать условия формирования города, осознать роль личности в этом процессе, идентифицировать композиционные элементы декора и в целом архитектурного стиля городского ансамбля стиля, проанализировать и сравнить традиционные и современные архитектурные решения.

В судьбе главного архитектора воплотилась сущность того, что есть Электросталь, не только город, но и более широкое явление!

Призвание – это когда призывают, призывают туда, где человек нужен больше всего. Именно тогда в далеком 1953 году Лопушанский П.И. был необходим как архитектор, градостроитель, эта работа стала его призванием на целых 12 лет.

Вот каким впервые увидел Павел Иванович наш город: громады промышленных корпусов, целые улицы бараков, вокзальную магистраль пересекали заводские железнодорожные пути, по которым то и дело пробегали маневровые паровозы. Под факелами заводских труб между домами никакой растительности, заброшенные пустыри. Дымный воздух, застилая всё вокруг, завершал индустриальный пейзаж.

Электросталь – город атомщиков, металлургов, машиностороителей, стихийно разрастался разрозненными кварталами вокруг заводов, разделённых довольно большим расстоянием. По существу на территории Электростали образовались три разрозненных жилых района, отстоящих друг от друга на 1,5 – 2 км.

Во многих случаях жилые массивы располагались вблизи промышленных площадок, что не соответствовало санитарным нормам. Нынешний центр города занимали картофельные поля.

Проект генерального плана города 1951г., разработанный под руководством архитектора Малахова Я.И., предусматривал объединение разрозненных районов путём комплексной застройки центральной территории города крупными многоэтажными жилыми массивами. Проектом намечался снос всех деревянных барков и сараев, а также значительного числа одно- и двухэтажных жилых домов.

Для преодоления межведомственных противоречий и координирования усилий городских властей, проектировщиков, строителей, всего населения необходим был целеустремлённый энергичный и решительный человек, умеющий ясно мыслить, обладающий безусловным авторитетом в профессиональном сообществе и среди простых горожан. Лопушанский П.И. становится организатором и творческим руководителем планировки, застройки и благоустройства города.

Благодаря энтузиазму проектировщиков и главного архитектора, стремящихся создать неповторимый городской облик, возникли интересные объёмно-планировочного решения улиц и жилых комплексов с хорошо угаданными масштабными соотношениями открытых пространств и высот зданий, удачные пропорции жилых домов и общественных зданий.

Широко практиковался в застройке Электростали композиционный приём замыкания перспективы улиц объёмом какого-либо общественного здания. Так например, архитектурная выразительность Вокзальной (ныне Корешкова) улицы в значительной степени была обусловлена тем, что её перспектива замыкалась зданием клуба «Строитель» (к сожалению сгоревшем в 70-х годах).

На пересечении проспекта Ленина и улицы Советской проектировалась центральная площадь с Дворцом культуры и сквером. Таким образом, проспект Ленина по построению поперечного профиля имеет две части, разделённые друг от друга Дворцом культуры.

На северном отрезке проезжая часть расположена в центре и обрамлёна с обеих сторон зелёными бульварами, примыкающими непосредственно к тротуарам. На южном отрезке наоборот бульвар расположен по центру, а проезжие части по обеим сторонам бульвара. Такое композиционное решение, построенное на контрасте, придаёт

городскому пространству индивидуальность и художественную выразительность.

Приём симметрии удачно использован при возведении двух домов на улице Советской и Фрязевского шоссе, они как бы образуют триумфальную арку, парадный въезд город.

Общественные и жилые здания, формирующие фасад главных улиц, строились по индивидуальным проектам и имели черты представительности и монументальности, при формировании архитектурно–планировочного образа городского центра используют различные виды декоративного искусства: полувыпуклые колонны-пилястры, увенчанные композитными капителями, порталы, фронтоны, эркеры, балюстрады, декоративные вставки, фризы с геометрическим и растительным орнаментом, кронштейны, карнизы, сандрики-архитектурные украшения над окнами. Ритмичное чередование композиционных элементов делят плоскость стены и придают динамичность, оживляют архитектурную пластику.

А благодаря различной окраске зданий и применению ярко–красной, терракотовой и розоватой керамической плитки, золотисто-кремового кирпича и других отделочных материалов, создаётся впечатление многообразия архитектурных решений.

Таким образом, застройка центрального района была задумана и осуществлена как целостный архитектурный ансамбль на основе переработки традиционных классических тем.

Автор проекта Малахов Я.И. в своей книге «Опыт Советской Архитектуры» признаёт: «…Впервые в истории этого промышленного центра 3-ий проект генерального плана (первые два остались на бумаге) был в основном осуществлен и в этом большая заслуга главного архитектора города П.И. Лопушанского.»

Как главный архитектор Павел Иванович «не боялся власть употребить», отстаивая идею объединения разрозненных кварталов, недопустимости строительства жилых домов в близи заводских цехов и сохранения фруктовых садов при сносе частных домовладений, даже если для этого необходима была внутриквартальная перепланировка.

Среди городского руководства и специалистов строительного треста было много сторонников «упрощения и удешевления» строительства. Лопушанского критиковали за приверженность ложной монументальности, стилизаторству. Но даже после выхода в 1956 году знаменитого постановления «Об устранении излишеств в проектировании и строительстве», он продолжал сохранять лепные мастерские по изготовлению архитектурно-художественных деталей для отделки фасадов и внутренних интерьеров и благодаря его бескомпромиссной позиции удалось завершить строительство в едином архитектурном стиле, который иронически называли парадным, имперским. Но чтобы не говорили и

тогда, и сейчас, он имеет историческое оправдание, символизируя торжество и победу в пережитой войне.

И сегодня при создании современного образа города необходимо бережное отношение к историческому архитектурному наследию, как величайшей ценности, как памяти о людях и события тех лет.

Литература

1. Лопушанский П.И. «Недалеко от Москвы» изд. «Московский рабочий» 1966г.

2. Лопушанский П.И. «Зелёное ожерелье» изд. «Московский рабочий 1966г.

3. Малахов Я.И., «Опыт советской архитектуры» изд. «ГИЛ по архитектуре» 1962г

Гурова Ю.

1 курс, факультет дизайна
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Т.Н.Вильде

Особенности изображения супружеских пар в рельефах Древнего Египта

Корни египетской цивилизации, развивавшейся на протяжении трех тысячелетий, уходят вглубь веков, к середине IV тысячелетия до н.э. К этому времени враждующие египетские номы (области) объединились в два самостоятельных царства — Верхний и Нижний Египет. Около 3000 г. до н.э. фараон I династии Менес объединил Верхний и Нижний Египет в единое государство; с этого момента начинается так называемая династическая эпоха. Искусствоведы традиционно выделяют в ней три периода: Древнее царство (XXVIII–XXIII вв. до н.э.), Среднее царство (XXI–XVIII вв. до н.э.) и Новое царство (XVI–XI вв. до н.э.). Всего до 341 г. до н.э. (второго завоевания Египта персами) страной правили 30 династий фараонов.

Искусство Египта было составной частью культа заупокойного ритуала. Заупокойный культ был широко развит в связи с верой в загробное существование души. Своеобразной чертой этого культа является забота о сохранении тела умершего и о снабжении души жильем, едой и прочими предметами, необходимыми для будущей жизни. Именно религия определила особенности древнеегипетского искусства: таинственное и сокровенное, оно было обращено не столько к миру живых, сколько к царству мертвых. Скрытые в гробницах произведения искусства не предназначались для осмотра. Они, как верили их создатели, обладали особой магической силой, помогали усопшему в его путешествии в мир вечности. Среди различных видов изобразительных искусств предпочтение отдавалось скульптуре, как круглой, так и рельефу. Широкое распространение в Древнем Египте наряду с одиночными фигурами получили парные скульптурные изображения.

Рассмотрим особенности изображения супружеских пар в династическую эпоху, начиная с периода Древнего царства на примере рельефа из гробницы Мерерука в Саккара. XXV век до н.э. Весь рельеф с изображением супружеской пары располагается согласно традиции у входа захоронения. На рельефе из гробницы изображен визирь Мерерук и его супруга Херватетхет. Супруги смотрят в одном направлении и тем самым дают начало рассказу. Фигура мужчины выполнена с четким соблюдением древнеегипетских канонов, где размер изображения фараона, вельможи или хозяина всегда в несколько раз больше изображений других персонажей. Фигуры супругов изображены с использованием традиционного приема плоскостного расположения: ноги и лицо изображены в профиль, глаза в фас, а плечи и нижняя часть туловища – в трех четвертном развороте. Мужская фигура равномерно окрашена в кирпично-красный цвет и превышает в размерах все остальные фигуры. В руке Мерерук вертикально держит посох, благодаря чему граница между ним и повествовательными горизонтальными рядами становится более ощутимой. Супруга Мерерука стоит у ноги мужа и едва достигает его колена. Наглядным способом передачи более низкого положения жены был не только размер ее фигуры, но и местоположение. В нарушении естественной геометрии муж заслоняет жену, осуществляя подобным образом знаковое подчеркивание его значительности. Фигура супруги равномерно окрашена в желтый цвет. В левой руке Херватетхет держит цветок лотоса. Между супругами нет эмоционального контакта. В композицию двух фигур включена небольшая вертикаль иероглифов. Изображение супругов кажется вневременным, так как художник не передал ни чувств, ни действий. Неподвижность и невозмутимость фигур прямо пропорциональны их социальному рангу. Художник не стремится к разработке деталей.

Классический образец рельефа эпохи Древнего царства представляет собой Стела Хенену (XXI век до н.э.). На этом рельефе изображена супружеская пара, но уже сидящей. Двум фигурам отведена плоскость в нижнем левом углу, которая занимает около 1/3 всей площади стелы. В отличие от рельефов Древнего Царства супруги показаны одинакового размера. Впереди супруг, а за ним жена. Муж все еще заслоняет супругу, подчеркивая свою значимость. Супруги, так же как и на рельефах Древнего царства продолжают смотреть в одну сторону. Их фигуры, так же как и в период Древнего царства, изображены с использованием традиционного приема плоскостного расположения: ноги и лицо изображены в профиль, глаза в фас, а плечи и нижняя часть туловища – в трех четвертном развороте. Но появляются и нечто новое: мы и видим не столь удлиненные, как раньше пропорции тел, меньшую угловатость фигур. В левой руке, согнутой в локте, муж держит сосуд, правая рука, так же как и у Хени, протянута к жертвенному столу, покрытому листьями

папируса. Изображение жертвенных даров заменило их подробное перечисление. Парик и украшения Хенену выполнены с подчёркнутым выписыванием деталей. Ожерелье «усех» у Хенену состоит из четырёх рядов, у его жены Сенет из пяти рядов четко отделанных бусин. У супруга на руках, а у супруги на руках и ногах надеты браслеты с геометрическим орнаментом из вертикальных и горизонтальных полосок. Парик Хени весь в мелких завитках, парик его жены разделан прямыми прядями. Передник Хени гладкий, но поясок орнаментирован зигзагообразными линиями. Одежда Сенет из тонкой чешуйчатой ткани, мастерски переданной в рельефе, плотно облегает тело. Вся остальная площадь стелы исписана иероглифами. Фигуры как будто сидят в их окружении. В этом рельефе заметно, что мастер пытался немного оживить работу, синхронным движением правых рук, движением левой руки супруга, которая как бы продолжает движение и передаёт его на левую руку жены, обнимающей его. В целом получается замкнутый круг. Этот намек на движение подчеркивают вертикали ног и ножек трона. Но, несмотря на намек на движение, чувствуется статичность и монументальность фигур. В отличие от рельефов периода Древнего Царства между супругами появляется некоторый эмоциональный контакт.

Мы можем сделать вывод, что в период Среднего Царства при сохранении строгих канонов в изображении супружеских пар древнеегипетские художники начинают передавать взаимоотношения между мужем и женой, хотя эти взаимоотношения показываются еще очень робко: только посредством условных приемов. Когда бы женщина ни изображалась рядом со своим мужем, она всегда держит свою руку на его талии или плече: этот жест был показателем того, что ее ролью было воодушевлять и поддерживать супруга.

В период Нового царства изображения супружеских пар все чаще украшают предметы быта.

Рассмотрим рельефы на ларце, где изображена супружеская пара: Тутанхамон и царица Анхесенамон. Здесь преобладают бытовые и семейные сцены. Мы видим юную пару во дворце, в беседке, на берегу пруда. Несмотря на различную обстановку, равно подчеркивается взаимная любовь фараона и царицы. Они всегда вместе, всегда стараются сделать друг другу что-нибудь приятное – подарить букет цветов, предложить духи или умастить благовонием. Иногда царица играет перед мужем на систре. Особенно интересна сценка на берегу пруда, воспроизведенная в двух вариантах – на золотом и костяном ларцах. Тутанхомон сидит на складном стуле около зарослей папируса и стреляет из лука в диких уток. У его ног, на подушке, – Анхесенамон; протягивая одной рукой мужу стрелу, другой она указывает ему на какую-то птицу. У стула фараона находится ручной львенок. Другой вариант этой

композиции, на костяном ларце, дает более развернутую сцену: здесь показан и пруд с рыбами, над которыми летят раненые утки.

Позы Тутанхамона и Анхесенамон свободны и непринуждённы. Особенно естественны повороты фигуры царицы в двух сценках на золотом ларце. Супруги смотрят не в одну сторону, как это было в ранее рассмотренных рельефах, а друг на друга. Иероглифы на этих изображениях практически отсутствуют, поэтому две фигуры занимают полностью пространство. В этих рельефах мастер уже передает чувства людей. В фигурах появилось живое движение. Они не просто сидят или стоят, а между ними чувствуется общение. В данных изображениях видна живая линия контура, которая в выше рассмотренных рельефах была более груба и жестка. В данном произведении видна пышность и чрезмерная насыщенность деталями. Сложные букеты, развивающиеся ленты ожерелий и поясов, обилие разнообразных украшений, богатство орнамента придают этим произведениям особую декоративность, которая усиливается необычайной красочностью сочетания золота, серебра, самоцветов, стеклянных паст. Тела супругов окрашены не в коричневый и жёлтый цвета, как это было принято ранее, а в розовый цвет и его оттенки.

Таким образом, изображения супружеских пар в древнеегипетских рельефах значительно меняется в хронологический период от Древнего до Нового царства. В семейных группах Древнего и Среднего царств мы видим статичные фигуры, застывшие в разных, но всегда традиционных позах. Фигуры во всех группах соединены между собой чисто внешними приемами. Чаще всего – это объятия. Супруги не смотрят друг на друга и на детей, которые неподвижно сидят на коленях взрослых. В период Нового царства в фигурах супругов появляется живое движение, начинает чувствоваться общение. Рельефы данного периода передают не только портретное сходство изображаемых супругов и их возрастные особенности, но и настроения, чувства супругов друг к другу и другим членам семьи. В рельефах этого периода, мы, наконец, увидели, что на плоскости изображены не просто фигуры супружеских пар, фараонов и цариц, вельмож и их жен, а люди с их чувствами и переживаниями.

Деева И.

5 курс, факультет дизайна,
МГУТУ имени К.Г. Разумовского
Научный руководитель**: доц. **Р.Х Юсупова

Техника рисования в проектах архитекторов-конструктивистов

Конструктивизм (от лат. constructio – построение) – направление в архитектуре 20-х-30-х гг. XX века. Для конструктивизма характерны простота и подчеркнутый утилитаризм архитектурных форм при полном

отсутствии декора. Показной роскоши предыдущих стилей конструктивисты стремились противопоставить функциональность, простоту и геометрическую чистоту линий и форм.

Конструктивисты занимались проектированием и строительством таких типов построек, как конторы, универмаги, санатории, типографии, исследовательские центры, заводы и фабрики, рабочие клубы и гидроэлектростанции. Молодая советская архитектура первых послереволюционных десятилетий была в авангарде мировой архитектуры, реализуя или создавая на бумаге самые смелые проекты, среди которых знаменитый Дворец Советов, который так и не смогли построить на месте разрушенного храма Христа Спасителя. Высота здания должна была достигать 415 метров – выше самых высоких сооружений своего времени. Здание-постамент должна была увенчивать скульптура Ленина высотой 100 метров. Эскиз проекта Б. Иофана, О. Гельфрейха, О. Щуко выполнен графично в технике гризайль, благодаря чему здание смотрится очень мощным. Техника, в которой выполняется эскиз проекта, очень важна для его восприятия. Для архитекторов-конструктивистов характерна графика: цветная или черно-белая. Графика лучше позволяет показать геометрию форм. У К.С. Мельникова много эскизов выполнено чёрной тушью, например: Павильон СССР на международной выставке декоративных искусств и промышленности в Париже, 1925 год; Разрез и план гаража для такси в Париже, а именно Кубический вариант, 1925г. В некоторые свои проекты Мельников добавляет цвет, такие как: Памятник Христофору Колумбу в Санто-Доминго, конкурсный проект 1929 г. В окончательном варианте памятника маяка конусы врезаны друг в друга почти на треть своей высоты, верхний из них вращается с помощью огромных треугольных плоскостей крыльев. Крылья окрашены в разные цвета – красный и черный – и вращение их, кроме общей объёмно-пространственной композиции, изменяло и цветовую характеристику монумента. Многие архитекторы-конструктивисты использовали цвет в своих проектах, но не как основной, а как вспомогательный элемент. Так, например архитектор Д. Чечулин в проекте Здание «Аэрофлота» 1934 г. Сооружение очень эффектно выглядит на фоне тёмно-синего неба. Использовал в своих работах цвет и Яков Чернихов в работе «Фантазия на тему серпа и молота» 1933 г. Безусловно, термин конструктивизм в первую очередь ассоциируется у нас с графичностью. Очень яркими примерами черно-белой графики могут служить Башня Татлина 1919 г. и Проект московского отделения газеты «Ленинградская правда» архитекторы А. и В. Веснины. 1924 г. Братья Веснины работали в разных техниках, тому свидетельствует интересный эскиз на темной подложке Наркомтяжпром, 1934 г.

Особое внимание хотелось бы уделить архитектору И. Леонидову. Первые проекты молодого архитектора не выходят за рамки стереотипной

конструктивистской графики, в них трудно выявить руку мастера, так же как и определить его творческий почерк. Но уже в конкурсных проектах рабочих клубов индивидуальность изобразительного языка художника начинает проявляться достаточно определенно. Она ощущается в первую очередь в виртуозном владении линией. Графика чертежей условна – сетчатые плоскости планов и фасадов соединяются на фоне белого листа бумаги в композиции, характер которых определен взаимодействием графических пятен, силой их тона, «весом» штриховки. Прием сочетания легкой отмывки тушью с линейной графикой использован при подаче знаменитого дипломного проекта И. Леонидова.

В следующих проектах И. Леонидов обогащает свой изобразительный язык введением аппликации и цвета, широким использованием выворотки – белой графики на черном фоне, что привело к значительному усложнению ритмического и пластического строя чертежей. Поверхность приобрела новую фактуру, пространственно углубилась, обогатилась планами. Новые цветофактурные плоскости и «пятна», вступив во взаимодействие с первичным тоновым «слоем» чертежа, усложнили и обогатили общий композиционный строй, насытили его эмоционально.

Мы можем проследить эти изменения на примере таких замечательных образцов архитектурной графики, как чертежи к проектам кинофабрики Дома Центросоюза или клуба нового социального типа. Он исполнен китайской тушью на белом листе бумаги. Лишь часть линий выполнена инструментами, большинство же проведено от руки. Живой, естественный, прерывистый характер линий создает трепетную, тончайшую вибрацию поверхности листа, близкую гравюре или офорту.

Большинство плановых, фасадных и перспективных чертежей сложного комплекса исполнены также в линейной графике, дополненной легкой тонировкой и цветом. Геометрия генплана, например, легко сосуществует с «небрежным» рисунком дорожек и зелени. Острый, конструктивистский ракурс перспективы фрагмента здания обретает вполне реалистическую цветотоновую среду. При всем этом архитектор усиливает в чертежах рукотворное, эскизное, живописное начала

В 30-е гг. палитра И. Леонидова расширяется. Он начинает широко добавлять к основным цветам золото и серебро, использовать наряду с контрастными соотношениями тончайшие нюансы, соединять гладкие поверхности с рельефными и т.п. Как бы она ни расширялась, во всех случаях материальная основа чертежа используется им не просто как фон для будущего изображения, а становится той пространственной средой, в которой существует объект.

Фактурные и цветовые особенности этой основы И. Леонидов всегда пытается максимально выявить и подчеркнуть. Интересно сравнить в этой связи два варианта фасада редакционно-издательского корпуса газеты

«Известия». Один сделан на фанерной основе, второй – на кальке. В первом из них натуральная текстура и золотистый цвет фанеры дополнены лишь легкими «барашками» несущихся по нему облаков. Этого достаточно, чтобы возникла сложная по пластике и тревожная по ощущению среда, в которой помещено здание. Во втором – гладкая серая поверхность кальки становится носителем пустынного отрешенного пространства чертежа. Максимально сохраняя обе материальные основы, он тонкими светлыми линиями, используя белила и серебро, выявляет каркасную структуру фасадов. На фоне крупных локальных плоскостей яркими вспышками «загораются» цветные детали.

Графические листы к Городу Солнца трудно назвать проектами или чертежами – это картины-мечты, романтические и поэтические пейзажи города, изображения его ансамблей, улиц, зданий. Разнообразна и форма представления — от карандашных набросков до «иконописных» досок и цветных макетов. И. Леонидов использует различные материалы, смешивая и свободно соединяя разнообразные техники, для того чтобы в целом создать образ просторного, пронизанного солнечным светом и воздухом города. Все наиболее характерные особенности изобразительного языка И. Леонидова легко отыскиваются в этих оригинальных картинах архитектуры будущего, еще раз указывая на органичную связь и единство всего творчества архитектора.

Коренкова Л.

6 курс, факультет дизайна
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: ст.преп. **Е.П. Баздарева

Особенности проектирования среды для детских учреждений многофункционального назначения

Особое место в дизайнерском проектировании занимает создание пространственной среды для детей. Дизайнер должен учитывать не только специфику функциональных процессов помещений, но и возрастные психологические особенности восприятия пространства ребенка.

Концепция разработки интерьеров отдельных помещений и экстерьера негосударственного учреждения «Центр развития детского творчества» в городе Железнодорожный предлагается в дипломном проекте.

Здание Центра находися на заключительном этапе реконструкции. Проектирование средового пространства строится на основе системного и исторического подходов к процессам формообразования в дизайне с учетом конструктивных особенностей объекта и психологических портретов потребителей – детей дошкольного, младшего и среднего

школьного возрастов. Применяются методы сравнительного анализа, метод аналогии.

В концепции заданы основные принципы построения развивающей среды в детских учреждениях.

1. Принцип дистанции, позиции при взаимодействии, ориентирующей на организацию пространства для общения взрослого с ребенком «глаза в глаза», способствует установлению оптимального контакта с детьми.

2. Принцип активности, возможности ее проявления и формирования у детей и взрослых путем их участия в создании своего предметного окружения.

3. Принцип стабильности – динамичности, предусматривающей создание условий для изменения и созидания окружающей среды в соответствии со вкусами, настроениями,

4. Принцип комплексирования и гибкости зонирования, реализующей возможность построения непересекающихся сфер активности и позволяющий детям заниматься одновременно разными видами деятельности, не мешая друг другу.

5. Принцип эмоциональности среды, индивидуальной комфортности и эмоционального благополучия каждого ребенка и взрослого, осуществляемый при оптимальном отборе стимулов по количеству и качеству.

6. Принцип эстетической организации среды, сочетания привычных и неординарных элементов.

7. Принцип открытости-закрытости, т.е. готовности среды к изменению, корректировке и развитию.

8. Принцип «половых и возрастных различий» как возможности для девочек и мальчиков проявлять свои склонности в соответствии с принятыми в нашем обществе эталонами мужественности и женственности.

Построение развивающей среды с учетом этих принципов даст ребенку чувство психологической защищенности, поможет развитию личности, способностей, овладению разными способами деятельности.

Реализация перечисленных принципов в проекте осуществляется созданием продуманной планировочной структуры, делением здания на зоны для различных возрастных групп, зоны художественного творчества и спортивно-оздоровительные занятий. Ярко и динамично решается пространство входного узла. Радужная спираль подвесного потолка и оригинальные сиденья создают впечатление вращения детской карусели. В центре холла размещается инсталляция для размещения детских творческих работ.

Волнообразные линии и теплая цветовая гамма окраски стен продолжают тему движения в коммуникативных помещениях. Комнаты

для занятий с малышами отличаются спокойным светлым оттенком стен и яркой мебелью контрастных тонов. По теории цветовосприятия «цвета можно сравнить с витаминами, необходимыми ребенку для своего роста и развития, отсутствие которых может привести к задержкам и искажениям нормального хода развития нервно-психической деятельности ребенка» [1].

Второй этаж в зоне театральной студии повторяет тему многоцветной радуги как символа различных детских дарований и талантов, объединение которых способно создавать яркие впечатления. Рядом с залом располагаются репетиционные помещения.

Пространство над гостевым холлом в уровне второго этажа будет занимать музыкальный салон. Предполагается, что посещать его будут дети разного возраста, в том числе и старшеклассники. Композиционным центром помещения служит одноуровневое пространство для вокальных выступлений и место установки рояля, определенное цветовым зонированием покрытия пола. Черная глянцевая поверхность мрамора с отблесками света в сочетании с белым матовым керамогранитом создадут торжественный настрой. Другим фокусом внимания зрителей может быть угловая сцена. Нестационарные зрительские места позволяют трансформировать пространство в зависимости от специфики представления. Эти факторы определили классическое направление дизайнерского решения. Окружающее пространство не должно отвлекать от размышлений при прослушивании классической музыки, наоборот, оно должно быть «окрашено звуком». Поэтому был выбран белый цвет как основной. Акцентирует внимание легкий живописный орнамент стен и занавеса на сцене. Классический подход не исключает проведения концертов современной музыки, даже дискотек. В этом случае удобно использовать цветовые возможности осветительных приборов, в том числе, световые эффекты.

Сложной задачей при проектировании явилась увязка решения фасадов в стиле советского классицизма с функциональным назначением здания как детского центра. Строгий ритм колонн, чопорность изгибов кровли никак не вязались с динамикой детского поведения. В процессе работы были рассмотрены несколько подходов к отделке. Активно используемые в настоящее время системы вентфасадов были отвергнуты по экономическим соображениям. Поэтому после утепления стен и выполнения отделочного штукатурного слоя необходимо было разработать эскизы окраски фасадов. Стиль «Билдинг-арт», как наиболее популярный среди молодежи, вступал в противоречие с архитектурой здания. Кроме того, необходимо было сохранить общую дизайнерскую идею во внешнем облике объекта. Поэтому было решено сохранить динамику дуговых пересекающихся линий светлых полутонов желтого, оранжевого, зеленого снаружи, колоннаду включить в общую концепцию с помощью цвета.

Таким образом, можно сделать вывод, что, используя инструменты архитектурно-дизайнерского моделирования, в дипломном проекте предпринята попытка создать уникальный тип архитектурной среды, располагающей к развитию каждого юного обитателя этого пространства. Насколько успешно – покажет оценка Государственной комиссии и возможная реализация проекта.

Литература

1. Осорина М.В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых. / М.В. Осорина. – СПб.: Речь, 2007. – 276 с.

2. Рыжова Н.А. Развивающая среда дошкольных учреждений (из опыта работы) / Н.А. Рыжова. – М., ЛИНКА-ПРЕСС, 2003. – 192с.: ил.

3. Проектирование детских дошкольных учреждений, Справочное пособие к СНиП 2.08.02-89

Леонова А.

2 курс, факультет дизайна
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Т.Н. Вильде

Тема любви в искусстве Ренессанса
на примере картины Тициана «Любовь земная и небесная» и картины Боттичелли «Весна»

Тема любви в эпоху Ренессанса – волнующая и прекрасная тема. Воплощением идеала становится не призрачная мечта, а живая плоть жизни, увиденная вдруг с необычайной полнотой и яркостью. Любовь окружена в эпоху Ренессанса ореолом святости и божественной высоты: «Любящий страстно желает перенестись в любимое существо. И не без причины, ибо он стремится и пытается из человека сделаться богом».

Эпоха Возрождения даровала человечеству истинные ценности:

- Человек – «венец творения»;
- Человек призван осуществлять в своей судьбе склонности и таланты, заложенные в нем природой;
- Любовь правит миром, ибо красота обладает большей властью, чем сила;
- Человек должен быть человеком в любой ситуации.

Итак, сегодня Вашему рассмотрению предлагаются две картины выдающихся художников прекрасной эпохи Ренессанса – картина Тициана «Любовь земная и небесная» и картина Боттичелли «Весна»

Сюжет картины до сих пор представляется загадочным. Размер картины 118 х 279 см, холст, масло.

На картине изображена сцена с тремя фигурами: две женщины нагая – Венера, одетая – Медея, и амур, перемешивающий воду в каменном фонтане. Вокруг пейзаж, хорошо освещённый солнцем. Женщины имеют портретное сходство.

Две героини сидят на одном пространственном уровне, по краям разделяющего и соединяющего их небольшого источника, они композиционно равны и едины, оставаясь независимыми; их взгляды не встречаются.

Медея – роскошно одета и держит в руке наполненный золотом и драгоценными камнями сосуд, который символизирует эфемерное земное счастье; любовь «земную». Венера – нагая, олицетворяет богиню любви и держит сосуд с огнём, символизирующим вечное небесное счастье; любовь «небесную», то есть бескорыстную, определяемую чистым чувством.

На плечи Любви небесной накинута пунцовая накидка, резко контрастирующая со скромными тонами платья Любви земной.

Что же касается амура, то его действие символизирует смешение этих форм любви в реальной жизни. Таков аллегорический смысл картины.

Немаловажная роль на картине отведена пейзажу. Пейзаж условно разделен надвое густой кроной могучего дерева, причем обе его части заметно разнятся по смысловой нагрузке. На его левой половине виден дом с крепостной башней на пригорке и спешащий к дому всадник, которого у раскрытых ворот поджидает жена со слугами. В совершенно ином ключе подается пейзаж справа, на котором видны устремленная к небу церковная колокольня, широкое озеро и синеющие вдали горы. Здесь же находятся стадо с пастухом и пара влюбленных, забывшихся в жарких объятиях на лужайке. Для понимания отношения художника к теме любви важно рассмотреть античные барельефами на передней мраморной стенке фонтана с изображением ретивого коня, который должен выражать безудержную страсть, способную сгубить любого человека, даже наделенного добродетелью. А рядом дана выразительная сцена наказания плетью за любовь сугубо плотскую.

Колористическая гамма строится на подчинении приглушённому золотистому тону, на неуловимых оттенках коричневого, сине-стального, розово-красного, блёкло-зелёного. Манера письма художника- свободная. И композиция, и форма, и свет строятся с помощью красочной лепки. Мажорный колорит картины построен на созвучии глубоких, чистых красок, объединенных золотистым тоном, а также игрой различных фактур.

Картина проникнута спокойным, радостным настроением, ощущением счастливой полноты жизни.

На наш взгляд, цель художника при создании этой картины – передать определенное душевное состояние, изобразить два различных характера, два идеальных образа, тонко гармонирующих с озаренной теплым светом пышной природой. Мягкие и спокойные тона пейзажа, свежесть обнаженного тела, ясная звучность цвета, красивых, и несколько холодных в тоне, одежд (золотистая желтизна колорита – результат времени) создают впечатление спокойной радости. Движения обеих фигур

величаво прекрасны и вместе с тем полны жизненного обаяния. Спокойные ритмы расстилающегося позади пейзажа как бы оттеняют естественность и благородство движения человеческих тел. Для полноты картины порхают две бабочки как символ чего-то возвышенного, неземного. Два всадника с борзой преследуют перебежавшего из левой половины картины зайца.

Тема композиции – весна с сопутствующими ей античными божествами. Центром построения является Венера – благородная богиня цветения и всяческого благоволения на земле.

Венера (центральная фигура композиции), стоит под сенью деревьев в зачарованном пространстве весеннего леса. Ее платье из тончайшей ткани с золотыми нитями украшений и роскошный плащ алого цвета, символизирующий любовь, свидетельствуют о том, что перед нами богиня любви и красоты. Но в ее хрупком облике проступают и иные черты. Склоненная голова покрыта газовым покрывалом. Лицо Венеры с вопрошающе поднятыми бровями выражает грусть и скромность, значение ее жеста неясно – приветствие или робкая защита. Левее Венеры на переднем плане Грации, спутницы и служанки Венеры, в прозрачных одеждах – достоинства, порождаемые Красотой – Целомудрие, Любовь, Наслаждение. Стройные фигуры с удлиненными, плавно изгибающимися формами. Художник изобретателен в трактовке причесок, передавая волосы одновременно как природную стихию и как декоративный материал.

Размер картины 203 х 314 см, дерево, темпера.

Боттичелли на картине изобразил Зефира, преследующего нимфу Хлорис, Флору; чуть сзади Граций и, наконец, Меркурия.

На первый взгляд спокойная картина переполнена динамикой. Движение в ней начинается с правой стороны от смотрящего. Зефир наклонился к нимфе Хлорис, отстранившейся от него. Удерживая нимфу руками, в то же время дует ей в рот, из которого гирляндой ниспадает вереница цветов, незаметно переходя в цветочный мотив платья расположившейся рядом Флоры, римской богини цветов, расцвета и весны. Фигура нимфы Хлорис передана в сложном ракурсе. Так же как и Зефир, она врывается в картину из ее правого композиционного края. В центре картины расположилась Венера – богиня любви. Одетая в красивое платье, с прической, покрытой прозрачной шалью и обутая в легкие сандалии, она левой рукой прикрыла полой алого плаща ноги и низ живота, а правой указывает на что-то в левую часть картины. Над Венерой кроны апельсиновых деревьев сомкнулись в своеобразную арку, в которой завис Купидон, прицелившийся в кого-то из своего лука. Статичность фигуры Венеры и арка из веток деревьев над ней ассоциируют этот образ с образом Мадонны. Обе матери и при этом девственницы, и обе – источник божественной любви.

Ряд авторов утверждают, что картина отражает идею о порождении красоты светом божественной любви и созерцание этой красоты, ведущем от земного к сверхземному.

Итак, мы рассмотрели картины двух замечательных художников эпохи Возрождения – Тицианно Веччеллио «Любовь земная и небесная» и Сандро Боттичелли «Весна».

В обеих картинах проведена некая параллель любви земной и любви небесной. Аллегорией Любви земной и Любви небесной у Тициана и Боттичелли выступают Венеры.

У этих картин много общего. В обеих картинах присутствует многоплановость. Заметим, что оба художника – и Тициан, и Боттичелли, в изображении Венер используют практически одну цветовую гамму. В изображении одежд преобладает белый и алый с оттенками цвета. Красный – цвет любви, белый – чистоты. Любовь чистая, светлая – в красках передают нам оба художника. Колористическая гамма, у Тициана, в картине «Любовь земная и небесная», чуть светлее, чем у Боттичелли в каритне «Весна». Тициан изображает в довольно теплой колористической гамме закат, чего нельзя сказать о картине Боттичелли «Весна». С другой стороны, у Тициана гораздо в более холодной гамме изображены одежды Венер. У Боттичелли же наоборот, теплая гамма, со множеством периливов и оттенков.

В обеих картинах «Любовь земная и небесная» и «Весна» так же наблюдается присутствие динамики. В картине Тициана на заднем плане видим Купидона, который перемешивает ручкой воду в фонтане, вылавливая лепестки роз. Этот жест можно трактовать как зависимость одной ипостаси любви от другой: чистой и непорочной, от страстной и желаемой. Жест перемешивания, как круговорот взаимоотношений. У Боттичелли та же динамика и та же трактовка выражается в явном движении картины с правой стороны.

Обе картины написаны с разницей почти в 30 лет. Тициан создает женские образы более полнокровные, активные, жизнерадостные, а Боттичелли хрупкие, изящные, романтические.

Оба художника достойны восхищения. От обеих картин веет спокойствием, они загадочны, но в то же время понятны зрителю. Удачное сочетание красок, полутонов, цвета и света, делают эти произведения притягательными. Ими хочется любоваться снова и снова.

Литература

1. *Андреев М.Л. Инновация или реставрация: казус Возрождения // Вестник истории, литературы, искусства. М.: Наука. Т. 1, 2005,*
2. *Большая Советская Энциклопедия.*
3. *Искусство раннего Возрождения — М.: Искусство, 1980.*
4. *История искусства: Ренессанс — М.: Издательство АСТ, 2003.*
5. *Яйленко Е.В. Итальянское Возрождение — ОЛМА-ПРЕСС, 2005.*

Малышева Л.
2 курс, факультет дизайна
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: канд. пед. наук, доц. **Т.Н. Вильде

Сравнительный анализ конных статуй Донателло и Верроккио

В начале XIV века на смену Средневековой культуре пришла новая эпоха – эпоха Возрождения, или, как иначе её называют – Ренессанс (от итальянского Renaissance). В этот период времени происходят крупнейшие открытия в различных областях культуры, научные и технические достижения выходят на первый план. Развивается архитектура, разрабатываются теории цвета и перспективы, теория музыки с последующим изобретением новых музыкальных инструментов. Формируется светская гуманистическая духовная культура. Происходит мировоззренческий переворот. Интерес, в первую очередь, проявляется к человеку и его деятельности, в отличие от предшествующей эпохи, когда счастливое существование неразрывно связывалось с религиозными верованиями. Человек этого времени начинает радоваться жизни, осознавать себя как личность. Проявляется интерес к античной культуре, происходит как бы её «возрождение» – так и появился термин. Родиной Ренессанса принято считать Италию, так как именно эта страна впервые обратила свой взор к античной культуре и возродила интерес не только к духовной, но и к физической красоте человека.

Эпоху Ренессанса можно разделить на три основных периода: период раннего Ренессанса, «Высокого Возрождения» и Позднего Возрождения.

Конные памятники, которые мы будем рассматривать, воздвигнуты в Италии и относятся к эпохе Кватроченто, т.е. Раннего Возрождения. В XV в. итальянская скульптура переживает расцвет. Она приобретает самостоятельное, независимое от архитектуры значение, в ней появляются новые жанры. Освобождаясь от сковывающего ее религиозно-мистического содержания, она обращается к жизни, к реальным образам действительности, человеку. Совершенствуется техника бронзового литья, чеканки, используется техника майолики. Объектом изображения скульпторов становятся живые люди, герои современности. Получает развитие жанр портрета, создаются конные статуи, украшающие площади городов.

Важная особенность скульптуры XV века – ее отделение от стены и ниши собора. Скульптором, который открыл историю Раннего Возрождения, был Донато ди Никколо ди Бетто Барди, известный как Донателло. Именно его работа до сих пор украшает площадь перед Собором св. Антония в Падуе – бронзовый памятник, увековечивший

полководца Эразмо да Нарни по прозвищу Гаттамелата. Гатамелатта похоронен в соборе, где ему поставлено надгробие, поэтому памятник на площади – первый светский монумент в искусстве нового времени. Второй памятник – конная статуя кондотьера Коллеони – воздвигнут в Венеции учителем Леонардо, Перуджино и Боттичелли – Андреа дель Верроккио. Коллеони оставил городу свое наследство, за что посмертно был премирован огромной конной статуей.

Рассмотрим характерные особенности конных монументов. Бронзовая статуя работы Донателло высотой 3,20 м. возвышается на восьмиметровом каменном постаменте. Гаттамелата облачен в доспехи римского императора. Микеле Савонарола писал: «...он восседает с замечательным великолепием, подобно триумфирующему Цезарю». Для человека Возрождения это была высшая похвала. Донателло изобразил кондотьера в зрелом возрасте, полном сил, наделенным крепким умом и несгибаемой волей, уверенно сидящем на лошади. Глубокая человечность, внутреннее благородство, спокойное достоинство разлито во всем облике Гаттамелаты. Этот памятник – одно из замечательнейших решений проблемы постановки конного памятника во взаимосвязи с архитектурным ансамблем. Левой рукой полководец поддерживает поводья, в правой у него жезл. Донателло облачил своего героя в античные доспехи, щедро украшенные декоративными фигурками путти, всадников и масками, голова, обнаженная на античный манер, – все это обращение к античной традиции. На пьедестале мастер изобразил двери – с восточной стороны они приоткрыты, с западной заперты, – фигурки путти, а также свою подпись, что он делал не так уж часто: «Opus Donatelli Flo». Как отмечает С.О. Андросов: «Донателло вознес более чем трехметровую статую на восьмиметровый постамент. Такое решение затрудняет рассмотрение монумента для зрителя, однако его нельзя не признать в данном случае оправданным. Только поднятый на большую высоту памятник мог восприниматься как цельное, самостоятельное произведение рядом с расплывающейся громадой собора, тем более что Донателло направил движение лошади перпендикулярно основной оси собора. Кондотьер как бы покидает собор, удаляясь от него на спокойно шагающей лошади. Однако колоссальный пьедестал Гаттамелаты имеет и символическое значение. Он не случайно украшен изображением дверей, закрытых с западной стороны и приоткрытых с восточной. Это намек на то, что из царства мертвых нет возврата.

Конная статуя Коллеони на площади Сан Джованни э Паоло в Венеции – это всесокрушающий порыв и энергия. Пожалуй, только у Микеланджело можно найти образы подобной титанической силы чувств, которым была свойственна такая же экспрессия. В отличие от Гаттамелаты с его спокойствием и уверенностью, фигура Коллеони полна огромного внутреннего напряжения. Всадник и конь у Верроккио являются одним

организмом, концентрирующим и направляющим вперед свою совместную энергию. Но в этом организме чувствуется преобладание одной воли — воли всадника. Привстав в стременах, он кажется огромным и управляет конем не только волевым, но и физическим усилием. В том, как неестественно прямо держится он в седле, тоже ощущается заряд энергии. Лицо кондотьера дышит волей. Круглые жесткие глаза и опушенные углы сжатых губ придают ему выражение неистовства. Страшное в фас, в профиль оно напоминает чудовищную птицу: над горбатым носом, похожим на клюв, над насупленными бровями – выдающийся вперед острый козырек шлема ещё усиливает впечатление чего-то нечеловеческого.

У Донателло мы видим совершенно иные черты. Голова Гаттамелаты обнажена, скульптор тщательно передал фактуру коротких вьющихся волос, чем-то похожих на змей. В подобней манере Верроккио изображает гриву лошади, в противопоставление обобщённому решению гривы у Донателло. Такая манера исполнения была характерна для искусства Древнего Рима. Лицо Эразмо да Нарни было исполнено с маски, а потому получилось выразительно-портретным. Нос с горбинкой, четко очерченный рот, небольшой подбородок. Брови изогнуты, но на переносице не залегает глубокая складка, а на лбу не появляется морщин. Глаза раскрыты не так сильно, как у Коллеони, взгляд направлен вперёд и одновременно вглубь. Движение головы всадника и коня почти идентичны. У Верроккио, наоборот, конь смотрит вниз, а голова всадника вздёрнута, и взгляд его устремлён куда-то за горизонт. Из-за тяжёлой болезни, подкравшейся к Верроккио во время работы над статуей, многие венецианские источники считали автором памятника известного литейщика Алессандро Леопарди. Действительно, Леопарди поставил на сбруе лошади Коллеони свою подпись. Но современные исследователи единодушно признают памятник Коллеони шедевром Верроккио, ограничивая творческое участие Леопарди в его создании лишь деталями.

Если сравнивать общую композицию статуй, то при взгляде сбоку у памятника Верроккио прослеживается чёткое диагональное движение – у Донателло же композиция статична. В конных монументах всегда особенно трудной для скульптора задачей является композиционное объединение горизонтали коня и вертикали всадника. Здесь легко образуется неприятный для глаза жесткий прямой угол. Донателло блестяще справился с этой трудностью: он прибег к закругляющимся волютам луки седла, вплотную примыкающим к шее коня, к эфесу меча, также касающегося шеи, к движению рук, одна из которых держит повод, другая — командорский жезл, который опирается о гриву коня, и тем самым превосходно объединил всадника с лошадью. Памятник Верроккио хорош для рассмотрения со всех точек зрения. Если сзади особенно заметно движение коня вперед, то, например, справа и спереди особенно

чувствуются властность и суровая решимость, непоколебимая уверенность в себе кондотьера. Эта многоаспектность памятника Коллеони всецело отвечает эстетическим принципам искусства XVI века. И может быть, есть в Коллеони что-то от самого Верроккио, боровшегося всю жизнь с трудностями, упорно стремившегося к новым заказам и побеждавшего мощью своего таланта конкурентов. Очень жаль, что мастер так и не увидел своё творение, по сей день стоящее на стройном пьедестале на площади Сан-Джованни де Паоло в Венеции.

Два полководца, два мастера – одна эпоха. Две схожие, но в то же время совершенно отличные друг от друга конные статуи. Гаттамелата – олицетворение спокойствия, собранности и внутреннего равновесия. И Коллеони – символ страсти, гордости и воли к победе. Вместе с «Гаттамелатой» Донателло «Коллеони» Веррокио стал классическим образцом конной статуи, созданной в эпоху Возрождения.

Литература

1. *Вазари Д. Жизнеописание наиболее знаменитых живописцев, ваятелей и зодчих эпохи Возрождения.- СПб.: Пальмира, 1992.- 472 с.: ил.*
2. *История искусства зарубежных стран. Том 2. Издательство "Академия художников СССР", М 1963 г.*
3. *Из истории культуры Средних веков и Возрождения. Издательство "Наука", М 1976 г.*
4. *Искусство раннего Возрождения — М.: Искусство, 1980.*
5. *История искусства: Ренессанс — М.: Издательство АСТ, 2003.*
6. *Любимов Л. Д. «Искусство Западной Европы. Средние века. Возрождение в Италии» ©Издательство «Просвещение», 1976 г.*
7. *Эстетика. Словарь. Политиздат, М 1989 г.*
8. *Яйленко Е. В. Итальянское Возрождение — ОЛМА-ПРЕСС, 2005. — 128 с.*
9. *50 биографий мастеров западноевропейского искусства. Издательство "Советский художник", Ленинград 1965 г. Столярова. «Чудеса древнего искусства», 2001г.*

Потапова П.

9 класс, МОУ «СОШ № 15 с УИОП» г. Электросталь

Научный руководитель: Н.И. Шилинцева

Художники космоса, искусство космоса

Изображение космоса – это наследие такого направления в художественном искусстве, как символизм. Он объединяет размытые границы разных видов искусства, рождая синтетические жанры искусства: 1. Литературные симфонии Андрея Белого, 2. Светомузыкальные поэмы Александра Скрябина. 3.И ещё одно направление в искусстве – футуризм. Человеческое мышление всегда искало выход за пределы ограниченного чувствами мира, стирая грань между искусством и фантазией.

Поэт и художник Василий Каменский пилотировал воздушные суда. Архитектор Георгий Крутиков был уверен, что архитектура будущего

неотделима от воздушных путей сообщения. Его проект парящего города стал сенсацией. Он оставлял землю для отдыха, располагая свой город в облаках. Данная тема позволяет проследить, как мечта человека прорваться к звёздам, обрела сначала художественное высказывание в произведениях художников – авангардистов, а затем и практическое выражение в разработках российских астрофизиков. В 1910 году весь мир узнал о русском космическом авангарде , затем в1927 году успех увенчал наших астрофизиков на Первой Всемирной Выставке моделей и аппаратов межпланетной техники. Революционеры русской космической живописи преодолевали ограниченность традиционного человеческого мышления, погружаясь в космос искусства. А работы русского учёного Циолковского вдохновили художника Ивана Кудряшова на создание работ о космических просторах. В своё время модель многоступенчатой ракеты Циолковского вдохновила таких художников, как Кандинский, Радченко на создание своих космических картин. Древняя мечта человека – обрести крылья, летать в воздухе – осуществилась. Естественно, развитие космонавтики повлияло на восприятие художников. Некоторые из них пытаются создавать в работах полёт, движение, другие же создают космические пейзажи. Всё это вместе взятое, создаёт у зрителя реальные образы иных миров.

А ещё раньше – экспериментировал на своих полотнах Андрей Рублёв, также уводя в горний мир своих зрителей и вселяя ту же надежду, что мы не одни в этом бескрайнем мире.

И раньше, и теперь художники зовут нас в загадочный, неизведанный мир, как бы говоря, что безмерно прекрасен и необъятен вокруг нас мир!

Мы жители маленького космического корабля под названием «СОШ №15», плывущего по огромной Вселенной тоже пытаемся постичь космические просторы, изображая их на уроках предмета «Искусство». Создаём свой мир, свою Галактику.

Литература

1. *Журнал « Художник» – №3,4-1988г. №7-!991г.*
2. *Интернет-ресурсы*
3. *Сборник «Русские космисты»-1989г. Г.Москва.*

Романова И.

Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

Психологическое восприятие цвета. Влияние цвета на развитие эмоционального и эстетического восприятия окружающего мира

Одним из самых главных и основных факторов, на который реагирует человек, несомненно, является цвет. Цвет – мощнейший психологический фактор, обладающий наибольшей степенью эмоционального воздействия.

Цвет действует на человека, как эмоционально, так и психологически, изменяя чистоту дыхания, кровяного давления, вызывает физиологические реакции, влияя на работоспособность и на жизнедеятельность отдельных органов.

Один и тот же цвет может действовать на каждого человека по – разному, одному он нравится, другому нет, одного раздражает, другого бодрит.

Безусловно, на восприятие цвета влияет культурная среда, в которой родился человек, его возраст и, несомненно, пол. Возраст сказывается на цветовосприятии – до 20–25 лет оно возрастает, затем постепенно снижается. Наш глаз способен различать 1,5 млн. цветов и оттенков.

Физическое воздействие цвета на человека было много раз доказано экспериментами физиологов и психологов. Ученые доказали, что человек может воспринимать цвет даже кожей и с закрытыми глазами. Закрыв глаза, в желтой комнате – пульс человека становится нормальным, в синей – замедляется, а в красной – увеличивается.

Женщины более чувствительны к цвету и малейшим оттенкам его, в то время, как 2 – 8 % мужчин не различают цвет вовсе, страдая дальтонизмом – цветовой слепотой, неспособностью различать один, два или три цвета.

Удивительные метаморфозы мы испытываем при общении с различными цветами. Самым ярким примером тому служит тот факт, что некоторые цвета обладают лечебными свойствами. Терапия с использованием цветного освещения получила название – хромотерапия. Термин произошел от греческого слова “chroma” – «свет». Этот метод лечения был известен еще в древности, когда больных лечили лучами солнечного света, проникающими сквозь цветные стекла или кристаллы.

Лечебные свойства цвета, таковы:

– фиолетовый, имеет древнюю лечебную традицию, лечит меланхолию, истерию и маниакальные идеи;

– оранжевый способствует пищеварению и укрепляет дыхание;

– бирюзовый способствует развитию чувственности и интуиции;

– голубой действует дезинфицирующе и антисептически;

– золотой улучшает работу сердца, способствует повышению духовной активности и пробуждает творческое мышление;

– белый цвет укрепляет и очищает весь организм, преумножает целительную силу любого другого цвета, вместе с которым он используется;

– черный успокаивает эмоционально взвинченных людей, нейтрализует конфликты;

– ярко-красный рекомендуется при анемии, пониженном кровяном давлении, болях в суставах, простудах, при повышенной температуре;

– желтый цвет помогает продлить хорошее настроение, усиливает аппетит и является добрым помощником в работе желудочно-кишечного тракта;

– зеленый цвет снимает умственное и физическое напряжение, стабилизирует давление, исцеляет головную боль и мигрени, устраняет покраснение и усталость глаз, помогает при сердечно-сосудистых недомоганиях.

Каждый человек отдает предпочтение какому-то цвету или нескольким цветам, в зависимости от того, где эти цвета используются – в одежде, обстановке, цвете автомобиля и т.д. Приятное или неприятное чувство, которое вызывает тот или иной цвет, может меняться с течением времени. Но в любом случае цвет, которому вы отдаете предпочтение, многое может рассказать о вашем характере и эмоциональном складе.

Исследования, проведенные психологами, подтверждают взаимосвязь между эмоциональным состоянием человека и выбором им определенных цветов. Так, радость, веселье заставляют отдавать предпочтение энергонасыщенным цветам (желтому и красному), отрицая цвета покоя и расслабленности (синий и коричневый), а также цвет небытия (черный). Для ситуаций, когда человек испытывает чувство вины за различные поступки, характерно, наоборот, отрицание энергонасыщенного красного и желтого и предпочтение серого и синего цветов.

Человек, выбирающий преимущественно красный цвет, доверчив, но излишне эмоционален и агрессивен.

Если явно выделяется желтый, то такой человек внушает окружающим доверие, оптимистичен и внешне дружелюбен. Но постоянная улыбка на его лице чаще всего – маска, за которой скрывается сильное внутреннее напряжение.

Преобладающий сине-зеленый цвет свидетельствует о том, что человек робок и слаб, но опасен для тех, кому случится встать на его пути.

Предпочитающие светло-синий сговорчивы, ленивы и не знают меры в еде и питье.

Синий отражает не только безмятежный покой и отдых, но в сочетании с серым, соответствует состоянию пассивной подавленности.

Человек, ощущающий какую-либо опасность, скорее всего, предпочтет зеленый цвет, поскольку он связан с волевым напряжением, и желтый как энергонасыщенный, связанный с потребностью в быстрой разрядке напряжения.

Сочетания различных цветов, а также оттенков позволяют нам насладиться наиболее эстетичными сочетаниями, с глубоким значением. У цветов есть эмоциональная окраска, которая вызывает определенное настроение, влияет на наше самочувствие, аппетит или сон.

Дизайнеры, конструируя интерьер помещений, всегда учитывают социально-демографические особенности – пол, возраст, профессию, ведь каждый цвет действует по-своему. Преобладание какого-либо цвета (или сочетания цветов) в оформлении помещения создает определенную эмоционально-деловую среду. Так, голубой цвет способствует лучшему усвоению информации и установлению дружеских взаимоотношений, поэтому его рекомендуется использовать в помещениях для переговоров. А, казалось бы, близкий к нему синий, наоборот, рассеивает внимание и снижает работоспособность персонала. Так что многие руководители даже не догадываются, что причиной резкого снижения коммерческой прибыли их фирмы вполне может стать ремонт в офисе.

Цвета могут визуально расширять помещения (например, желтый и желто-зеленый) или сужать их (красно-оранжевый).

При этом в красной комнате кажется на 3-4 градуса теплее, чем в оранжевой, а в оранжевой — на 3-4 градуса теплее, чем в сине – зеленой.

Подмечено также, что в общественных местах, где окраска ограничивается белым, черным и серым, люди без слишком большой необходимости не задерживаются. По розовому полу, ходят с опаской, по коричневому – уверенно.

Каждый из цветов несет свою эмоциональную нагрузку, которую необходимо учитывать при стимулировании трудовой деятельности. Так, сочетание красного и сине-зеленого цветов стимулирует общую работоспособность. Желтый или желто-зеленый с оранжевым снимают умственное утомление, а желтый цвет отдельно способствует умственной деятельности. Голубой цвет рекомендуется в комнатах детского труда. В целом, во время работы наиболее оптимальны желто-зеленые тона в различных сочетаниях и оттенках. Во время еды предпочтительны оранжево-красные тона, а в часы отдыха важен не столько тон, сколько динамика красок.

Литература

1. *Иоханнес Иттен – «Искусство цвета» Издательство: Д.Аронов, 2004 г.*
2. *Миронова Л.Н. – «Цвет в изобразительном искусстве» Издательство: Беларусь, 2005 г.*
3. *Буймистру Т.А. – «Колористика: Цвет – ключ к красоте и гармонии» Издательство: «Ниола-Пресс» 2008 г.*

Селиванова М.

5 курс, факультет дизайна
МГУТУ им. К.Г. Разумовского
Научный руководитель**: доц. **Р.Х. Юсупова

Плакатное искусство художников-конструктивистов

Отечественный плакат в начале 1920-х годов стремительно обрел оригинальный облик, выделивший его среди плакатного искусства западноевропейских стран. Композиционные эксперименты с блоками текста, шрифтами, цветом, геометрическими фигурами и фотографическими изображениями подвели художников к созданию плаката новой «конструкции». Он не только информировал, просвещал и агитировал, но и «революционно перестраивал» сознание граждан художественными средствами, свободными от традиционной описательности и иллюстративности. Язык такого плаката был сродни языку архитектурных и книжных экспериментов, литературных и театральных новаций, кинематографического монтажа тех лет.

Конструктивизм сыграл значительную роль в развитии плакатной графики (фотомонтажи братьев Стенбергов, Г.Г. Клуциса, А.М. Родченко) и конструирования книги (использование выразительных возможностей шрифта и др. наборных элементов в работах А.М. Гана, Л.М. Лисицкого и др.). В театре конструктивисты заменяли подчиненными задачам сценического действия «станками» для работы актеров (работы Л.С. Поповой, А.А. Веснина и др. над постановками В.Э. Мейерхольда, А.Я. Таирова).

Отличавшиеся изобразительной мощью и особой динамичностью, которую часто создавали неожиданные визуальные акценты, плакаты Клуциса или его последователя Сенькина многими воспринимались как те самые «пролетарские картины», о которых писали теоретики конструктивизма. Интересно, что рождению некоторых листов предшествовал – как у художников-станковистов – «этюдный период», время накопления натурного материала. Они совершали поездки по индустриальным районам страны, и в Донбассе, например, сфотографировали выразительные типы горняков, которые впоследствии стали центральными образами плакатных композиций («Вернем угольный долг стране»).

Многие конструктивисты уже понимали, а в первом номере журнала «Новый ЛЕФ» (1927–1928) даже констатировали, что станковая картина не только не умерла, как ожидалось, а наоборот, открылась в новом свете. Более того, она даже начала оказывать в конце 1920-х – начале 1930-х гг. сильное влияние на плакат – нельзя было не заметить популярности у массового зрителя листов, созданных мастерами Ассоциации художников революционной России (АХРР), в которых выразительные возможности красочного живописного языка соединялись с реалистически трактованным и «понятным» большинству зрителей сюжетом. Это заставляло мастеров, увлеченных эстетикой конструктивизма, искать новые формальные возможности и художественные приемы. Эти поиски не всегда вызывали отклик – политически ориентированный Клуцис в книге с характерным названием «Изофронт. Классовая борьба на фронте пространственных искусств» резко критиковал, например, многих коллег – Лисицкого, Родченко, Лавинского за то, что они «соскальзывали в сторону рекламно-формалистического плаката», а братьев Стенбергов и Прусакова – за то, что они «находятся в плену рекламной буржуазной манеры». Клуцис, ставший вице-президентом Ассоциации художников революционного плаката, напечатал в книге «Изофронт» специальную статью «Фотомонтаж как новый вид агитационного искусства», в которой настаивал на том, что именно фотомонтажный плакат произвел настоящую революцию в искусстве, явился новым и точным методом творчества и оказал влияние не только на оформление книг, газет и журналов, но и на живопись, архитектуру, оформление выставок, активизировал методы фотосъемки, завоевал рабочие, красноармейские и пионерские клубы.

Эти тезисы Клуцис отстаивал и на дискуссии в Институте литературы, искусства и языка при Коммунистической Академии, которая развернулась благодаря принятому в марте 1931 г. постановлению ЦК ВКП (б) «О плакатной литературе». В нем констатировалось «недопустимо безобразное отношение к плакатно-картинному делу со стороны различных издательств… что нашло свое отражение в выпуске значительного процента антисоветских плакатов».

Принятое в апреле 1932 г. Постановление ЦК ВКП (б) «О перестройке литературно-художественных организаций» ликвидировало многочисленные группировки в России, члены которых очень по-разному относились к проблемам станковизма и «производственного искусства», реализма и конструктивизма, спорили о значении и роли плаката. Отныне он был поставлен на службу планам партии (в апреле 1932 г. в Третьяковской галерее в Москве открылась всесоюзная выставка «Плакат на службе пятилетки») и направлен на борьбу с врагами (в декабре 1932 г. в Государственном Историческом музее в Москве открылась выставка «Классовый враг в СССР»). Рекламно-торговые, промышленные, книгоиздательские, кино и театральные плакаты отныне обязательно

должны были быть прежде всего агитационно-политическими. А проблемы поиска новых форм, оригинальных приемов плакатного языка, осознание его как интересного графического жанра со своими особыми законами, которые волновали мастеров конструктивизма, надолго отошли на дальний план.

В 20-х – начале 30-х гг. важную роль в развитии советского плаката сыграли А.А. Дейнека, Г.Г. Клуцис, Л.М. Лисицкий, Ю.И. Пименов, А.М. Родченко, братья Стенберги, А.И. Страхов.

Первый опыт динамического образного воплощения идеи революционной борьбы продемонстрировал плакат Л. Лисицкого «Клином красным бей белых!» в 1920 году. Однако положило начало реализации революционных художественных идей в плакате содружество «реклам-конструкторов» А. Родченко и В. Маяковского. Именно советская реклама 1923–1925 годов, созданная усилиями этих мастеров, явилась предтечей политического плаката конструктивизма. Увлечение А. Родченко творческим фотомонтажом, документальной и постановочной фотосъемкой позволили мастеру выступить первооткрывателем новой плакатной формы. В рекламе хроникального фильма Дзиги Вертова «Киноглаз» он продемонстрировал возможности применения монтажа фотографий в сочетании с броским текстом как для передачи задачи автора киноленты «вскрыть и показать правду», так и для достижения сильного эмоционального воздействия плаката на зрителя (1924). Вершиной лаконичного воплощения рекламной идеи стал «Ленгиз» А. Родченко с фотопортретом Л. Брик (1925). К бесспорным шедеврам использования фотомонтажа принадлежат рекламные киноплакаты современников А. Родченко: А. Лавинского к фильму С. Эйзенштейна «Броненосец «Потемкин» (1926), В. и Г. Стенбергов к документальной ленте Дзиги Вертова «Одиннадцатый» (1928) и С. Семенова-Менеса к фильму В. Турина «Турксиб» (1929).

Фотомонтажный плакат окончательно утвердился в качестве главного средства агитации в годы первой пятилетки (1928/29-1932). Следует отметить, что в фотомонтажном плакате середины 30-х годов Г. Клуцис, В. Елкин, С. Сенькин, В. Корецкий и другие художники отказались от конструктивистского эксперимента со шрифтами и тестовыми блоками, сосредоточив внимание на изображении. Плакатные лозунги заняли преимущественно место в нижней части листа (Г. Клуцис «Да здравствует наша счастливая социалистическая родина...», 1935). Огромный пропагандистский опыт художников-конструктивистов оказался востребованным лишь при создании павильонов Всесоюзной сельскохозяйственной выставки в Москве (открыта в 1939) и национальных экспозиций СССР на выставках за рубежом. Последней работой Л. Лисицкого стал плакат «Все для фронта! Все для победы!» (1942). Один из основоположников отечественного конструктивизма

избрал язык плаката 1920-х годов, подчеркнув неизменную роль революционного советского искусства.

Сухова А., Сазонова А., Самолетова А., Жидов И., Михалюк Ю., Войлокова И.

1 курс, факультет дизайна
МГУТУ им. К.Г. Разумовского
Научный руководитель**: доц.* ***Н.Л. Кузнецова

История и сказка в творчестве великого русского художника В.М. Васнецова

В русском искусстве имеются такие произведения, которые мы знаем, помним, любим с детства до глубокой старости. Дорогие и близкие нам образы постоянно волнуют, пленяют своей глубокой человечностью, благородством идей, совершенством художественной формы.

Виктор Михайлович Васнецов, по картинам которого многие до сих пор представляют себе персонажей русских сказок и былин, как будто самой судьбой был предназначен для этой роли.

Он происходил из заповедной глубины России: из Вятской губернии: родился 15 мая 1948 года в семье священника. В Вятке он провёл детство среди подлинно русской природы и живого фольклора. За свои талантливые работы Васнецов был удостоен звания профессора живописи и избран действительным членом Петербургской Академии художеств.

Удивительный мир художников XIX века был мощным движением русской культуры, новаторством художественных приёмов, сюжетов, образов. Творчество Васнецова, который связал приёмы народного прикладного искусства со стилистикой модерна и древнерусскими традициями, отвечало попыткам национального самосознания заново ответить на глобальные вопросы своей истории.

Поиск собственного стиля В.М. Васнецов начал с книжной графики и, добившись в этой области больших успехов, решил попробовать свои силы в критическом реализме. Он стремился отображать в своих произведениях тяжелую жизнь крестьян и социальные проблемы. Произведения этой тематики говорят о высоком художественном уровне автора. Однако живописец остро ощущал нехватку знаний, и поэтому горячо откликнулся на приглашение Репина и отправился в Париж, где под влиянием французских живописцев создал жанровую картину «Акробаты на празднике в окрестностях Парижа». В 1878 году художник перебрался в Москву, и Москва поразила его. Здесь он получил заказ на создание копий портретов знаменитых русских деятелей. Благодаря этой работе живописец все больше погружался в атмосферу старины и преданий. Особую роль сыграл и меценат Мамонтов. В его усадьбе

Абрамцево проходили обсуждения былого времени. Все эти обсуждения сподвигли написать Васнецова серию историко-былинных картин.

Увлечение археологическими открытиями, стариной и русским фольклором все больше отражалось на творчестве мастера. Наряду с другими произведениями была написана картина «Ковер-самолет» по заказу Мамонтова. В этом произведении сплетены мотивы арабских и русских сказок. На ярком ковре над реками, болотами пролетает Иван-царевич, освещая путь фонарём. Это образ паровоза, использующегося, что бы проложить и осветить путь русскому человеку по русскому бездорожью. Это сравнение не случайно: в это время заказчик полотна руководил постройкой и эксплуатацией южных и северных линий железных дорог. Идея написания картины «Аленушка» возникла в связи с тем, что автор много размышлял над сюжетом сказки о «Сестрице Аленушке и братце Иванушке». Образ Аленушки В.М. Васнецов увидел в усадьбе Ахтырка. На берегу озера сидела крестьянка, она о чем-то думала и живописец сделав набросок написал картину в мастерской в Москве.

В.М. Васнецов, постоянно наведываясь к Мамонтову в Абрамцево, вскоре увлёкся архитектурным творчеством. Васнецов в усадьбе Мамонтова духе московского зодчества построил однокупольную домовую церковь Спаса Нерукотворного в 1881-1882гг. В облике небольшого белокаменного сооружения, связанного в западной его части со звонницей, соединилось несколько архитектурных школ. Украшенный майоликой, подобно ярославским храмам, и резным узорчатым поясом под сводом крыши, как у владимирских соборов, он имеет овальные окна в стиле московского зодчества. Иконостас, как и иконы, Васнецов писал сам вместе с Поленовым и Репиным. Помимо церкви в Абрамцево автор проекта соорудил интересную парковую беседку в виде избушки на курьих ножках, что привело в особый восторг детей владельца усадьбы, и в которой дети и взрослые устраивали театральные постановки. Но первый же большой сценический опыт В.М. Васнецова относится к открытию Частной оперы Мамонтова в 1884г. в Москве. В.М. Васнецов написал акварельный эскиз подводного терема к опере «Русалка» на музыку Л.С. Даргомыжского (все остальные декорации к постановке были написаны И.И. Левитаном). В 1885 году В.М. Васнецов блестяще оформил оперу «Снегурочка» Н.А. Римского-Корсакова, а в 1889 году по мотивам собственных декорационных разработок он создал полотно «Снегурочка», в которой запечатлел увиденную им когда-то героиню произведения А.Н. Островского. В облике же царя Ивана Грозного, написанным художником в 1897году, угадывается образ, созданный Фёдором Шаляпиным в опере «Псковитянка» Н.А. Римского-Корсакова.

Важным элементом стиля В.М. Васнецова является орнаментальность. Например, в картине «Баян» пейзаж картины достаточно условен, зато мастер скрупулёзно проработал орнаменты на

сапогах, штанах и накидках. Древнеславянский мотив в вышивке белой рубахи Баяна Васнецов ранее использовал при создании эскизов костюмов берендеев для оперы «Снегурочка». В год Октябрьской революции, в 1917 году, своё эмоциональное отношение, неприятие нового строя, автор отображает и в своих картинах: «Баба-яга», «Бой Добрыни Никитича с семиглавым Змеем Горынычем». Отчаяние сквозит и в полотне «Царевна-лягушка», на котором царевна, спиной к зрителю, в зелёном платье исступленно танцует в окружении музыкантов, в одежде разных оттенков красного цвета. Древнерусские орнаментальные растительные и животные мотивы, ранее использованные мастером уже в других картинах и даже в украшении храмов, сливаются в единую симфонию красок и экспрессивных изящных линий и ритмов в последней картине «Спящая царевна», написанной в 1920-1926гг.

В.М. Васнецову было свойственно создавать масштабные произведения. Кроме того, к своей работе он подходил очень ответственно. Именно поэтому, перед началом росписи киевского храма Святого князя Владимира, в 1885 году живописец отправился через Варшаву и Вену в Италию, дабы воочию увидеть фрески знаменитых мастеров эпохи Возрождения. Успех храмовых росписей Васнецова был огромным: пресса конца XIX века посвятила им многочисленные исследования и статьи. Сюжеты и образы икон и фресок Владимирского собора приобрели необыкновенную популярность и в дальнейшем повторялись во многих строящихся церквях России. После Киева художник вновь вернулся в Москву на постоянное место жительства, где он снова вернулся к созданию своих былинно-сказочных полотен, в которых он мастерски использовал древние образы и сказки, былины (например, картины «Иван царевич на сером волке», «Три богатыря»). Картина «Сирин и Алконост. Песнь радости и печали», написанная мастером на национально-фольклорный и исторический сюжеты – это образ человеческой души, в которой уживаются добро и зло, радость жизни и неизбежность смерти. Сирин и Алконост – райские птицы, имеющие прекрасные женские лики и птичьи тела, с огромными крыльями и хищными когтистыми лапами. Их изображения находили на древних славянских вышивках, деревянных и металлических украшениях, датированных X-XII веками. Каждая из этих птиц – не конкретно добро или зло, а мятущаяся душа, помнящая о рае, но изгнанная из него навсегда.

Творчество В.М. Васнецова, подчинённое закону древнерусской красоты, является важным этапом развития направления в национальном искусстве, называемого неорусский стиль, из которого впоследствии возник модерн.

В.М. Васнецов – основоположник особого «русского стиля», преобразованного из исторического жанра и романтических тенденций, связанных с фольклором и символизмом. Творчество художника сыграло

важную роль в эволюции отечественного изобразительного искусства от эпохи передвижничества к стилю модерн.

Художник утверждал: «Всё великое в искусстве, ставшее общечеловеческим, выросло на национальной почве». Картины В.М. Васнецова оказали огромное влияние на целую плеяду живописцев, а воплощённые в его работах былинные и сказочные образы в дальнейшем явились основой множества визуально-пластических решений в отечественном кинематографе. Академик живописи, иллюстратор, декоратор и архитектор В.М. Васнецов скончался в Москве в своём доме 23 июля 1926 года и похоронен на Введенском кладбище. Созданные им произведения являются национальным достоянием, отражающим героизм и душу русского народа.

Заслуга Виктора Михайловича Васнецова заключается в том, что он напоминает ещё об одной задаче живописи: искусство должно украшать, делать поэтичным мир вокруг человека. Он вернул живописным полотнам многоцветность, которая у других передвижников порой исчезала за серо-коричневой гаммой грязных трущоб и нищенских лохмотьев. Его матовые тона и приглушённые цветовые пятна, декоративность и связанная с фольклором символика оказали влияние на художников русского модерна и продолжают влиять на души всех последующих поколений.

Хохлова Ю.

2 курс, факультет дизайна
МГУТУ им. К.Г. Разумовского
Научный руководитель**: ст.преп.* ***В.Ю. Амельчук

Космизм в системе культуры на рубеже XIX-XX вв.

В этом году все прогрессивное человечество отмечает 50-ю годовщину первого полета человека в космос. Человеческая мысль рвалась к звездам, пожалуй, с того момента, когда человек стал ощущать свою сущность на земле. Их далекий таинственный свет манил и притягивал не только влюбленных, но и ученых.

Связь человека и космоса была предметом изучения еще древних философов. Так возникло направление философской мысли – «космизм» (философское мировоззрение, в основу которого положено представление о Космосе и о человеке как «гражданине Мира»).

Ярким представителем движения русского космизма является творческое объединение «Амаравелла». Амаравелла (Санскрит Amaravella – Ростки бессмертия) — объединение молодых русских художников – интуистов 1923–1928 гг. Идейно художники относились к «русскому космизму», а также под влиянием творчества Е. Блаватской, Н. Рериха, М. Чюрлёниса и древних традиций культуры Востока. *«Произведение искусства должно само говорить за себя человеку, который в состоянии услышать его речь.»* Творчество Александра Павловича Сардана

(настоящая фамилия Баранов) (1901–1974) – лучшее подтверждение тому, что каждый из членов «Амаравеллы» обладал своим неповторимым видением мира нашего и миров дальних. В 1923 году в Музее живописной культуры Сардан познакомился со Смирновым-Русецким, и тот привел его к Фатееву. Сардан – музыкант и Сардан – художник в одном лице, как и М.К. Чюрленис, творил живописно-музыкальный синтез. И если когда-нибудь нам будет дано познать вселенские законы соответствия между формой, цветом и звуком, то не исключено, что при переводе в звук таких картин Сардана, как «Рождение материи», «Симфонии Космоса», мы услышим не просто набор звуков, а, скажем, нечто вроде музыки Скрябина или же импровизации самого художника. Это еще один пример того, что художники «Амаравеллы» не только с глубоким интересом следили за утверждением новой парадигмы знания, но часто и предвидели ее. В 1949 году в Париже за фильм «В мире кристаллов» Сардан получил Международную премию им. Маррея Мезгиша.

После знакомства с творчеством объединения художников «Амаравелла» студентам было предложено задание создать композицию – посвящение творчеству этой группы художников.

Щеколдин С.

5 курс, факультет дизайна
Новый гуманитарный институт
Научный руководитель**: ст.преп. **Е.П. Баздарева

Стекло как конструктивный материал в современном интерьере

Стекло известно человеку уже более пяти тысячелетий. Ученые предполагают, что одними из первых с искусственным стеклом познакомились древние гончары: при обжиге на изделие из глины могла попасть смесь соды и песка, и на поверхности изделия образовалась стекловидная пленка-глазурь. На Руси стеклоделие находилось на большой высоте, начиная с древности.

Стекло – это застывшая жидкость. Однако, в отличие от большинства застывших жидкостей, стекло имеет интересную особенность: оно не обладает в твердом состоянии свойствами кристаллического вещества. Химический состав стекла составляет 70% кремнезем (диоксида кремния – белого кварцевого песка), 12-16 % – соды, 5-12% – известняка и доломита, а в остальных небольших процентных соотношениях присутствуют некоторые другие компоненты. В зависимости от преобладания тех или иных компонентов различают две группы стекла: натрий-кальций-силикатное стекло и боросиликатное стекло. Хрусталь – разновидность стекла – долгое время был обязан своим блеском именно свинцовым примесям. «Классический» хрусталь состоит из 23% окиси свинца.

В течение последних лет в стекольной промышленности традиционное строительное стекло постепенно уступает место новым, современным видам. Например, в конце XX столетия началось производство оконных стекол с энергетически эффективными и престижными «смарт» покрытиями, имеющими уникальные оптические и тепловые свойства. Кроме того, современная промышленность выпускает множество других видов стекол, каждый из которых обладает определенными свойствами. Стекло можно классифицировать по степени прозрачности: «чистое», прозрачное бесцветное стекло, «супер-чистое», стекло с пониженным содержанием железа, «тонированное», окрашенное в массе, «рефлективное», с металлизированным отражающим покрытием на одной из сторон, «зеркало», с высокоотражающим покрытием на одной из сторон, а также стекло для витражей, которое окрашивается путем добавления различных веществ еще при приготовлении стекла. Можно выделить несколько групп стекла и в зависимости от их стойкости к тому или иному виду воздействия. Помимо обычного листового стекла, существует стекло повышенного качества, химически и термически более устойчивое.

Стекла могут быть бесцветными или цветными, непрозрачными или просвечивающими, энергосберега-ющими, солнцезащитными, ламинированными, армированными, узорчатыми. Энергосберегающие стекла имеют так называемыми низкоэмиссионные оптические покрытия, которые обеспечивают прохождение в помещение коротковолнового солнечного излучения, препятствуют выходу из помещения длинноволнового теплового излучения, например от отопительного прибора. Стекла этого типа получили название низкоэмиссионных или селективных, и обычно устанавливаются в оконные проемы для теплоизоляции в холодное время года. Эти стекла применяют, как правило, в стеклопакетах, теплосберегающие свойства которых во многом определяются параметрами покрытия на стекле. Ламинированным называют архитектурное стекло («триплекс»), применяющееся при остеклении фасадов, балконов, окон. Состоит такое стекло из двух или более стекол, соединенных вместе с помощью ламинирующей пленки или специальной ламинирующей жидкости. Стеклянная сталь прочнее обычной стали, легче ее в 5 раз и почти в 10 раз легче железобетона.

Наиболее полно реализовать обширные декоративные возможности стекла современным дизайнерам позволяет выполнение стеклянных полов. Напольные конструкции, выполненные с применением стекла, не только привносят в интерьер совершенно особый колорит и индивидуальность, но и подчеркивают его респектабельность. Стеклянный пол может представлять собой как одну сплошную панель, так и конструкцию из нескольких наборных сегментов. Поверхность стеклянного пола может быть полностью прозрачной или зеркальной, тонированной и даже иметь

различные рисунки. Кроме того, для создания напольных стеклянных покрытий используется закаленное стекло. Разнообразие форм и оттенков позволяет воплотить самые смелые стилистические решения. Например, одна из новейших практических разработок в области создания стеклянных напольных конструкций позволяет помещать внутри используемого стекла изображения фотографического качества.

Дизайнеры считают, что стены и перегородки из стекла, которые все больше входят в моду, обязаны такой популярностью своей исключительной практичности. Помимо того, что с помощью стеклянных перегородок и стен можно очень выигрышно использовать естественное освещение, прозрачные стенки позволяют человеку постоянно находиться в тесном интуитивном контакте с окружающей средой и как нельзя лучше подходят для современного интерьера с его единым, «перетекающим» пространством.

При этом стекло для перегородки можно подбирать в зависимости от конкретной ситуации. Так, например, триплекс обеспечит хорошую звукоизоляцию и защиту, витраж из комбинации матовых и прозрачных элементов создаст изысканный декоративный эффект, а стекла с оригинальным покрытием – тонированное, матовое, посеребренное или оформленное «под бронзу» – не только украсят обстановку, но и скроют отгороженную часть помещения от любопытных глаз. Усилить декоративность стеклянных элементов можно, должным образом используя освещение или другие приемы. С помощью сверху или снизу направленного света, разноцветных бликов (их создают разноцветные галогенные светильники). С помощью этого экологически чистого, натурального материала современные интерьеры словно наполняются воздухом и светом, становятся более прозрачными и легкими. Ведь современные технологии работы со стеклом и способы обработки кромок и поверхностей настолько совершенны, что позволяют сделать из тела практически любой предмет интерьера. Возможно, именно по этим причинам дизайнеры все охотнее и чаще обращаются к нему и не перестают удивлять новыми решениями, оригинальными и не предсказуемыми. Более того, некоторые дизайнеры считают, что в дальнейшем стекло вполне может стать главной составляющей интерьера, причем вовсе не обязательно оформленного в современном стиле.

Стеклянные дверные элементы могут изготавливаться методом прессования или иметь промышленную, художественную обработку – гравировку с помощью абразивов или пескоструйную гравировку. Двери, выполненные из прозрачного или тонированного стекла, могут создать впечатление невесомости, подчеркнуть элегантность и изящность интерьера. Современные стеклянные двери могут светиться и даже источать аромат. «Душистую» дверь изготавливают так: в дверном стеклянном полотне, прозрачном, матовом или цвет ном, делается круглое

отверстие, а в нем закрепляется флакон с душистым веществом, которое испаряется при движении двери. Для «светящейся» двери в отверстия в дверном полотне закрепляются стеклянные шары.

«Витраж придает зданию живой лик, он как глаза, в которых светится душа» – сказано в одной из современных публикаций. Наполняя интерьер цветным светом, то ярким и звонким, то нежным и романтичным, витраж берет на себя активную по своему эмоциональному воздействию роль и способен внести один из наиболее решающих акцентов в цветовой ансамбль. Витраж обладает свойством создавать в помещении присутствие солнечных лучей практически в любую погоду и время дня, но выигрывает он и от мягких тонов заката, и от сверкающих вечерних огней, содержащие флуоресцентное вещество, которое, «заряжаясь» от источника света.

Стекло, благодаря своей прозрачности и лёгкости, оптически «лишает» громоздкости даже массивные конструкции. С помощью этого экологически чистого, натурального материала современные интерьеры словно наполняются воздухом и светом, становятся более прозрачными и легкими. Ведь современные технологии работы со стеклом и способы обработки кромок и поверхностей настолько совершенны, что позволяют сделать из тела практически любой предмет интерьера.

Литература

1. *Стекло в интерьере Серия: Евростандарт в вашем доме // Диля, – 2005 г. – 192с.*

2. *Ригли Линетт Цветное стекло в интерьере // Ниола 21 век –2007г., – 106с.*

СОДЕРЖАНИЕ

Секция «Педагогика, психология и методика преподавания иностранных языков»

Брагина М.
Обучение грамматике на уроках английского языка учащихся младших классов 3
Бувалая Т.
Метод проектов в обучении иностранному языку..... 5
Васильева О.
Урок английского языка в условиях ИКТ насыщенной образовательной среды..... 7
Венисов С.
Использование компьютера в обучении иностранным языкам 10
Вигуль Е.
Роль дисциплины «Иностранный язык» в становлении профессиональной ментальности студента – будущего инженера..... 13
Дмитриева Л.
О возможности применения проектной деятельности на занятиях иностранным языком в старших классах 16
Евангелиди Н.
Условия формирования мотивации младших школьников к изучению иностранного языка 19
Егорова В.
Об использовании аудиовизуальных средств на уроках иностранного языка (английского) в старших классах средней школы 22
Грязнова Е.
Развитие познавательного интереса у учащихся 3 класса к изучению английского языка на занятиях кружка «Фольклорист» 24
Жукова А.
Ролевая игра – одна из форм обучения общению на иностранном языке 26
Карамчакова И.
Роль постановки произношения у младших школьников при изучении английского языка 29
Марсовая И.
Виды упражнений для обучения письму на начальном и среднем этапах в средней школе 32
Пигалева М.
Влияние типа темперамента на проявление феномена ревности..... 34
Синельник С.
Приёмы развития говорения на уроке английского языка с помощью видеофильма. 37
Старынина Н.
Способы обучения лексике в средней школе (английский язык) 39
Чистякова А.
Приемы и методы введения новой лексики на уроках иностранного языка 42

Секция «Лингвистика и художественный текст»

Алексеева К.
Виды и значение перфектных форм в пьесе У. Шекспира «Макбет»..... 47
Гражданкина Е.
Общая характеристика словосочетаний..... 50

Иванова А.
Атрибутивная и предикативная связь прилагательных в сказке О. Уайльда «Счастливый принц» 53
Кирей Т.
Лингвистические особенности национально-окрашенной лексики в новеллах О.Генри 56
Мосман Т.
Стилистическая роль антономазии в художественных текстах (на материале пьесы “The School for Scandal” by R.B. Sheridan) 61
Никифорова О.
Особенности эмотивной лексики в художественном тексте..... 64
Панкова В.
Функционирование фразовых глаголов с семантикой «движение» в диалоге (на примере произведения Katherine Mansfield “The black cap”) 66
Папина Н.
Деформация языковых норм в текстах современных песен 69
Размоткина А.
Тематическая группа «Привидение» в рассказе Ч.Диккенса «Рождественская песнь в прозе» 72
Родина Н.
Средства реализации ассоциативной связности в повести Рэя Бредбери «Вино из одуванчиков»..... 77
Рыбников Д.
Лексико-семантические особенности карточной лексики на примере игры в покер . 82
Сироткина А.
Выражение категории состояния в английских безличных предложениях..... 85
Соболева С.
Реализация концепта «счастье» в романе Джейн Остин «Эмма» 87
Старых Н.
Особенности восприятия читателем имен собственных в литературном произведении..... 90
Шишкина В.
Семантическое поле в художественном тексте 93
Шкуратов С.
Характер поэтической метафоры в лирике Р. Фроста и Дж. Китса 95
Филиппова А.
К вопросу о точности передачи формы и содержания поэтического произведения при переводе (на примере перевода стихов-песен народного поэта Якутии В.М. Новикова-Кюннюк Урастырова на русский язык)..... 98
Ядреева С.
Якутско-русские соответствия парных слов на материале русского перевода повести «Обида» народного писателя Якутии М.Е.Мординова – Амма Аччыгыйа..... 99

Секция «Функциональные стили, перевод и язык СМИ»

Агафонова Д.
Вариативность структуры статьи-рецензии в английской публицистике 102
Баранова А.
Место медицинской терминологии в лексической системе английского языка 107

Беркалова Д.
Особенности лексико-семантических отношений языковых единиц спортивной фразеологии в английском языке 110
Букин А.
Особенности перевода правовых документов 113
Джонджоян К.
Использование спортивной терминологии в СМИ..... 115
Ермакова С.
Способы выражения адресатоцентричности в слоганах рекламы автомобилей..... 117
Загитова О.
Структурно-семантические особенности бренда в рекламе..... 119
Космачева Д.
The Graphon as the Orthographical Peculiarity of the English Advertising Text..... 122
Лукьяненко И.
Языковые особенности и основные приемы создания телевизионных рекламных слоганов..... 125
Любцева Е.
Сопоставительный анализ дискурсивных маркеров в жанре устно-бытового диалога на материале английского и русского языков..... 130
Панькова И., Шпортько К.
Football and Football Vocabulary..... 133
Подгорная К.
Использование национально-маркированных лексических единиц в американских рекламных текстах 136
Подсекаева М., Меркина А.
Сравнительная характеристика гендерных особенностей (на материале разговорного варианта английского и русского языка) 140
Соколова И.
Гастрономические метафоры английской прессы..... 142

Секция «Страноведение, литературоведение и межкультурная коммуникация»

Акимова Е., Кузьмина Т.
Rosamunde Pilcher: popular and unknown..... 146
Бродецкая Е.
National and Cultural Peculiarities of English Humor 149
Бурцева А.
Имена-клички животных в народном эпосе (на примере английских мифов и сказок) 152
Голованова Д.
К вопросу об автобиографических мотивах творчества О. Уайльда..... 155
Есюнин И.
Символы Англии – портрет страны 157
Морозова М.
Фразеологизмы-историзмы с лингвокультурным компонентом в английском языке 159
Казеичева А.
Цветовая гамма лингвокультурной картины мира 163

Козлова А.
Тематические особенности сказок о животных в английском фольклоре 165
Козлова Н., Медведева Е., Можаева А.
American and British influence on Canada..... 168
Комиссарова Д.
Особенности культур англоязычного и русскоязычного миров сквозь призму объявлений и призывов..... 171
Лысенко А.
Английский лимерик как воплощение тонкого английского юмора..... 174
Мисечина Д., Казак Д., Гедгафова Н.
Which is better: the University of Oxford or the University of Cambridge?..... 176
Петрова А.
Национальный характер англичан через призму английского юмора..... 180
Пронякина М.
К вопросу о различиях в стилях писателей мужского и женского пола в литературе XIX-XX веков..... 182
Темяшова Ю.
Живущие иллюзиями романтики Теннеси Уильямса..... 185
Чистякова А.
Структурные разряды ономастических фразеологизмов в английском языке..... 188

Секция «Социально-гуманитарные проблемы соременности»

Агафонова Д.
Об институтах саморегулирования СМИ в мире..... 192
Береговая Д.
Социально-психологические аспекты влияния общения в социальных сетях на социализацию молодежи 195
Брагина М.
Франция принимает законы о соблюдении прав интеллектуальной собственности в Интернете 198
Бувалая Т.
Интернет в медиаметрическом пространстве Франции 200
Вохмицев Д.
Ситуация в Ливии глазами политиков, российских и зарубежных СМИ..... 203
Гедгафова Н.
Татуировка как феномен культуры 206
Емельянова М.
Речевая агрессия в средствах массовой информации..... 209
Казак Д.
Цвет 212
Митнюк К.
Проблема жизни и смерти в духовном опыте человека 217
Можаева А., Козлова Н., Медведева Е.
Символы как часть мира, в котором мы живем..... 220
Мухаметшин Р.
Социально-гуманитарные проблемы современности в условиях глобализации в контексте культур 224
Панкова В.
Виды рекламы в Интернете и ее эффективность..... 227

Прохорова Д.
Модернизация форм работы музеев: проблемы, перспективы, решения 230
Савченко А.
Влияние Интернета на раннюю половую социализацию 232
Трякин М., Царев А., Егоров Н.
Использование машинного перевода: можно ли пользоваться электронными переводчиками? 237
Фролова Е.
Проблема интуиции в истории философии 239
Фролова Е.
Российский турист: идентификационные признаки 242
Черевик М.
VIDEO GAMBLING 245
Чудакова В.
Мотивация вступления в молодежную субкультуру «эмо» 248
Эмин Р., Гусева О.
Православная символика. Внешние символические составляющие православного храма 251

Секция «Дизайн и искусство»

Баринова А.
К вопросу проектирования интерьеров киноцентра в торгово-развлекательном комплексе "Эльград" в г. Электросталь 255
Болычева Т.
Этапы развития русского интерьера XVIII – первой трети XIX веков 256
Выгузова А.
Об особенностях проектирования объектов общественного питания с совмещением функций на примере кафе «Театральная шкатулка» 260
Галкина И.
К вопросу благоустройства общественно-прогулочного парка в Московской области 262
Гапуленко Е.
Аналитическое искусство в современной живописи 264
Государев П.
Главная тема главного архитектора 267
Гурова Ю.
Особенности изображения супружеских пар в рельефах Древнего Египта 270
Деева И.
Техника рисования в проектах архитекторов-конструктивистов 273
Коренкова Л.
Особенности проектирования среды для детских учреждений многофункционального назначения 276
Леонова А.
Тема любви в искусстве Ренессанса на примере картины Тициана «Любовь земная и небесная» и картины Боттичелли «Весна» 279
Малышева Л.
Сравнительный анализ конных статуй Донателло и Веррокио 283
Потапова П.
Художники космоса, искусство космоса 286

Романова И.
Психологическое восприятие цвета. Влияние цвета на развитие эмоционального и эстетического восприятия окружающего мира..... 288
Селиванова М...... 291
Плакатное искусство художников-конструктивистов..... 291
Сухова А., Сазонова А., Самолетова А., Жидов И., Михалюк Ю., Войлокова И.
История и сказка в творчестве великого русского художника В.М. Васнецова 294
Хохлова Ю.
Космизм в системе культуры на рубеже XIX-XX вв..... 297
Щеколдин С.
Стекло как конструктивный материал в современном интерьере 298

Научное издание

Сборник тезисов докладов

МОЛОДЕЖЬ И НАУКА – 2011

Материалы международной научной конференции студентов 7 апреля 2011 года

Новый гуманитарный институт

г.о. Электросталь

Компьютерная верстка – И.М.Николаева