

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Институт филологии, массовой информации и психологии

**МОЛОДЕЖЬ XXI ВЕКА:  
ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА, ИННОВАЦИИ**

Материалы VI Всероссийской студенческой научно-практической  
конференции с международным участием  
(г. Новосибирск, 22–24 ноября 2017 г.)

*Под редакцией*  
канд. филол. наук *А. Е. Козлова*

НОВОСИБИРСК  
2017

УДК 378(082)+80(082)+070(082)+159.9(082)  
ББК 74р30-62я43+80я43+26.120ю8я43+88.48я43  
М754

Печатается по решению  
Редакционно-издательского совета  
ФГБОУ ВО «НГПУ»

*Подготовлено и издано в рамках реализации  
Программы развития деятельности студенческих объединений  
ФГБОУ ВО «НГПУ» на 2017 г. (Мероприятие 1.1)*

**Редакционная коллегия:**  
канд. филол. наук, проф. *Булыгина Е. Ю.*;  
канд. филол. наук, доц. *Константинова Н. В.*;  
канд. филол. наук, доц. *Храмцова Л. Н.*;  
канд. пед. наук, доц. *Евдокимова Е. В.*;  
канд. филол. наук, доц. *Носенко Н. В.*;  
канд. филол. наук, доц. *Козлов А. Е.*

М754 **Молодежь XXI века: образование, наука, инновации: материалы VI Всероссийской студенческой научно-практической конференции с международным участием / под ред. А. Е. Козлова ; Мин-во образования и науки РФ, Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т филологии, массовой информации и психологии. – Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2017. – 265 с.**

ISBN 978-5-00104-187-0

Сборник содержит тезисы научных студенческих работ теоретического и прикладного характера, отражающих современное состояние гуманитарного знания в лингвистике, литературоведении и журналистике.

Издание ориентировано на студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей, интересующихся новыми исследованиями в области филологии, филологического образования, журналистики, лингвистики и литературоведения, методики преподавания русского языка как иностранного, медиаобразования.

УДК 378(082)+80(082)+070(082)+159.9(082)  
ББК 74р30-62я43+80я43+26.120ю8я43+88.48я43

**ISBN 978-5-00104-187-0**

© Оформление. ФГБОУ ВО «НГПУ», 2017

УДК 821.161.1

**А. Д. Андреева**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ФЕНОМЕН ДНЕВНИКА В ПЬЕСЕ В. НАБОКОВА «ПОЛЮС»**

Анализируется одноактная пьеса в стихах «Полюс», написанная В. В. Набоковым в 1924-м году. Объектом изучения является документальная основа и ее трансформация в художественном тексте.

*Ключевые слова:* драматургия В. Набокова, дневник, пьеса «Полюс».

Одноактная пьеса в стихах «Полюс» В. В. Набокова была напечатана в 1924 году в берлинской газете «Руль». Ив. Толстой в своих комментариях к ней пишет: «”Полюс” – одно из немногих произведений Набокова, написанных на “реальной основе”». Многие исследователи (такие, как Ив. Толстой, А. Бабинов, Н. И. Толстая, Р. В. Новиков и др.) отмечают, что автор был хорошо знаком с обстоятельствами полярной экспедиции на Южный полюс капитана Роберта Фалкона Скотта и его спутников по дневникам капитана и книге, изданной в 1913 и 1915 гг. «Последняя экспедиция Скотта». Всё время, проведенное в Антарктиде, Скотт вел записи. В 1912 году тела исследователей были найдены спасательной экспедицией. Среди личных вещей обнаружили три записные книжки, которые были отправлены в Англию. Через год их опубликовали.

В своей работе «”Полюс” В. Набокова и “Последняя экспедиция Скотта”» Н. И. Толстая рассматривает, каким образом соотносится художественный текст с текстами дневников. Исследователь пишет, что «действие драмы разворачивается в день гибели последних участников экспедиции». Несмотря на то, что Набоков изменяет имена спутников Скотта и самих персонажей делает непохожими на реальных людей, действующие лица говорят языком цитат из дневников, книги «Последняя экспедиция Скотта» и писем полярников.

Отметим, что жанр дневника, представляющий собой рефлексию событий, внешне (на первый взгляд) прямо противоположен конструктивным, родовым особенностям драмы, то есть прямой репрезентации, изображению действия. Таким образом, можно сформулировать главный парадокс набоковского текста: специфическую сочетаемость жанра дневника (с элементами дискурса судового журнала) и драматургической репрезентативностью. Первая реплика драмы – преобразованная дневниковая формула: «Двенадцать миль всего, – а надо ждать.../Какая буря!.. Рыщет, рвет... Все пишешь, Хозяин? (под прозвищем *Хозяин* фигурирует Капитан Скэт – А.А.)». Создается странный эффект, как будто Флэминг «надиктовывает» некий текст, выступая посредником между реальностью и капитаном и удостоверяется посредством вопроса, все ли записал Скэт. Следует заметить, что почти во всех репликах персонажей «Полюса» преобладает один знак препинания – многоточие, при помощи которого практически каждая реплика, включая развернутые (монологи), предстаёт частью чего-то большего. В эпизоде чтения дневника Капитаном Скэтом заметно, что текст, зачитываемый *Хозяином* по конструкции ничем не отличается от других фрагментов пьесы: все та же фрагментарность, подкрепляемая обилием многоточий. Начинается «Полюс» с чтения дневника и заканчивается фразой с многоточием: «Вот мы с тобой – одни, в снегах, далеко.../ Я думаю, что Англия...». Пьеса в целом могла бы быть рассмотрена как лишь один фрагмент дневника, но открытость финала иллюзорна, так как это противоречит природе драматургического целого.

Таким образом, присутствие дневника в пьесе (т. е. читаемый вслух дневник Скэта) и цитаты из реального дневника Скотта, книги и письма полярников, многоточие в конце пьесы, создающее иллюзию того, что пьеса – часть другого, более объемного высказывания составляют специфику набоковского «Полюса».

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Н. А. Муратова*

**И. Ю. Баранов**

*(студент 4 курса, направление «Издательское дело»,  
профиль «Книгоиздательское дело», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ИНТЕРАКТИВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ КАК СПОСОБ ПОСТРОЕНИЯ НЕЛИНЕЙНОГО НАРРАТИВА**

Электронная книга предоставляет своему читателю новые горизонты в построении ветвящегося, нелинейного сюжета, который бы продвигался вместе с активным реципиентом в зависимости от его действий. Использование современных программ делает технологически возможным как разработку интерактивных текстов в целом, так и одного из наиболее перспективных их жанров в частности – визуальных новелл, в которых читатель-зритель может воздействовать непосредственно на нарратив произведения. Интерактивные элементы расширяют и сферу креативных возможностей автора, позволяя ему, в свою очередь, построить нелинейное произведение с ветвящимся сюжетом.

*Ключевые слова:* нарратив, визуальная новелла, интерактивные элементы.

Примером использования интерактивных элементов в качестве построения нелинейного нарратива произведения являются визуальные новеллы. По сути своей, визуальная новелла — видеоигра, основой геймплея («игровой процесс») которой является лишь выбор действия в определенные моменты развития сюжета. Если опустить техническую составляющую, то визуальная новелла — это история, сюжет которой не является жестко фиксированным и может изменяться в зависимости от действий, которые предлагаются читателю внутри самой новеллы. Эти виртуальные «действия», поступки, которые читатель совершает, идентифицируя себя с героем, и есть интерактивные элементы, которые позволяют изменять нарратив при прочтении в зависимости от выбора читателя, поэтому процесс и результат первого чтения новеллы может разительно отличаться от последующих.

Главный недостаток использования приема нелинейного построения нарратива — это невозможность его использования в электронных изданиях, не имеющих четко выраженной сюжетной линии, от которой была бы возможность построить ответвления. Среди прочих ограничений по использованию

данной модели для создания нелинейности необходимы, во-первых – принципиальная возможность этой нелинейности в нарративе произведения; во-вторых – необходимо устройство (электронная книга, персональный компьютер, игровая консоль и пр.) для воспроизведения интерактивной книги (или визуальной новеллы). Результатом последнего будет то, что получившееся произведение перестанет быть самодостаточной книгой. Также одной из основных проблем, скорее, даже самой главной из всех, станет сама возможность написания текста с основой нарратива такого типа, чтобы от нее можно было строить ответвления. Обычно разработчики визуальных новелл сами придумывают сюжет и создают текст новеллы; без помощи профессиональных авторов на всех этапах, от изобретения оригинальной фабулы до ее речевого воплощения.

Попытки создать текст с нелинейно ветвящимся сюжетом уже предпринимались, эти тексты называются «книга-игра», они представляют собой литературное произведение, которое позволяет читателю участвовать в формировании сюжета. Чаще всего читателю предлагается стать главным героем книги, и, в зависимости от принимаемых решений, он перемещается между страницами или главами. Таким образом, книга-игра читается не последовательно, а в той очерёдности, в которой читатель проходит страницы или главы. Однако, выбор в этих книгах сводился к простейшим действиям, которые предлагались читателю в конце главы или параграфа, и при выборе того или иного действия читатель перелистывал на нужную страницу и продолжал читать произведение. Недостаток данных книг в том, что, как минимум, такой способ сам по себе не очень удобен для читателя: постоянные переходы с параграфа на параграф осложняют само чтение, этот способ осложняет и процесс верстки текста редактором или автором. Также стоит отметить, что выбор игрока в некоторых произведениях данного типа – это лишь условность, потому что один из выборов обязательно ведет к смерти главного героя книги, поэтому при «неправильном» выборе каждый раз приходится возвращаться к началу выбора. В большинстве современных визуальных новелл выбор – это элемент игрового процесса, определяющий весь дальнейший нарратив, поэтому для них неактуально понятие «неправильного» выбора. Читатель сам двигает сюжет, изменяя его по собственному желанию.

Научный руководитель – проф., д-р филол. наук  
*В. В. Мароши*

**Н. Б. Брянцева**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **РЕАЛИЗАЦИЯ АВАНТЮРНОГО ХРОНОТОПА В РОМАНЕ А. ПОГОРЕЛЬСКОГО «МОНАСТЫРКА»**

Предметом анализа является роман А. Погорельского «Монастырка». В исследовании рассматриваются образующие повествование сюжетные схемы и хронотопы.

*Ключевые слова:* авантурный хронотоп, роман «Монастырка», А. Погорельский.

Являясь семейным романом, «Монастырка» обнаруживает тяготение к форме авантурного романа.

Роман состоит из двух частей. Первая часть посвящена описанию эмоций, впечатлений юной Анюты, которая после монастыря попадает в непривычную для неё обстановку провинциального поместья. Погорельский даёт такие названия главам первой части: «Отец Анюты», «Тётушка и опекун», «Смольный монастырь и выпуск из онога» и т. д. В них нет замысловатости и тайн, но даны описания быта жителей Барвенова. Во второй части представлена история похищения. Она более традиционна для жанра авантурного романа. Установку на это дают и название глав из второй части «Неожиданное посещение», «Разлука», «Принуждённая разлука» и т. д. Сюжет соответствует формуле М. М. Бахтина: на пути к счастью героев постоянно возникают препятствия, однако в конце испытаний они воссоединяются.

В романе воспроизводится сюжет «блудной дочери»: главная героиня постоянно отрывается от того мира, который питает ее идиллическую (бидермайерскую) идентичность. Ребенком от тетушки ее отправляют в Смольный, затем – обратно к тетушке (где сначала ее все пугает); после – к Дюндикам (там она чувствует угрозу).

Проанализировав исследовательскую литературу (М. М. Бахтин, А. В. Чернов, Ю.В. Манн), мы приходим к выводу о том, что «Монастырка» обладает

многими чертами, присущими жанру авантюрного романа. Произведение обнаруживает такие формы тяготения к данному жанру как:

- авантурный хронотоп (Роман «Монастырка» – новаторский, один из первых «семейных приключенческих» романов в русской литературе современности Антония Погорельского);

- насыщенная событийность (Роман «стоит» на напряженной событийной основе, что позволяет говорить об авантурном начале), при этом основная сюжетная коллизия построена на мотивах встреч и разлук;

- сюжетные ситуации *похищения, преследования, заточения* (Клим Сидорович Дюндик «заточил» пятилетнюю Анюту в Институт благородных девиц при Смольном монастыре; похищение Анюты во 2-й части романа);

- *мотивы тайны, загадки* (Марфа Петровна со своим мужем пытаются осуществить свои корыстные планы замыслами, тайнами, хитростью и обманом);

- *характерология* (все действующие лица разделены на две условно противоположные группы: на одной стороне находятся персонажи, чье поведение соотносено с эталоном, каким является высший нравственный закон; другую часть составляют те, которыми правит лишь стремление любой ценой достигнуть собственного житейского благополучия и утвердить свою волю, возвысившись над окружающими). Следуя традиции, Погорельский вводит в роман нового *героя-помощника* (цыганский атаман Василий, который даёт возможность воссоединиться героям, показан в духе романтизма).

Изучению творчества Погорельского должно уделяться внимание и на уроках в школе. Читателям нужно понимать и разбираться, какие загадки скрывают сюжет и композиция произведений, почему герои наделены такими характерами и какую роль играет фигура Погорельского в истории русской литературы XIX века.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
А. Е. Козлов

**А. А. Букшану**

*(ученик 11 класса, МБОУ «Лицей № 22 «Надежда Сибири», Новосибирск)*

## **К ВОПРОСУ О ЦЕННОСТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПОВЕ- СТЕЙ Н. В. ГОГОЛЯ «ПОРТРЕТ» И НОВЕЛЛ О. БАЛЬЗАКА**

В работе представлены результаты сопоставительного анализа фабул и сюжетов повестей Н. В. Гоголя и новелл Бальзака. Исследование осуществлено на материале повести «Портрет» и новелл «Пьер Грассу», «Неведомый шедевр».

*Ключевые слова:* ценностная организация, Бальзак, Гоголь.

Настоящее исследование посвящено изучению историко-литературного контекста, объединяющего фигуры О. де Бальзака и Н. В. Гоголя. В работе исследуются фабульные и сюжетные совпадения, определяющиеся авторской стратегией и общностью языка эпохи.

Анализ ценностного содержания сюжетов повестей «Портрет» Н. В. Гоголя и новелл «Пьер Грассу» и «Неведомый шедевр» О. Бальзака в свете историко-литературной ситуации в первой половине девятнадцатого века является целью настоящего исследования.

Гоголь и Бальзак – писатели одной эпохи, носители сходного эстетического сознания. Общая тенденция соединения разрозненных элементов мира, осмысление их в цикле, «поэме» или «комедии» показывает направленность их эстетических поисков. По замечанию Н.Я. Берковского, творческий метод «...Гоголя и Бальзака в одинаковой степени питался культурой романтизма. И часто очень трудно провести какую-то разграничительную линию». Действительно, многие произведения Гоголя и Бальзака 30-х годов отражают т. н. «постромантическую тенденцию», т. е. в данных текстах используются многочисленные приемы романтической прозы, однако меняется их функциональное содержание.

Изучение фабульной организации повести «Портрет» показывает ее обусловленность распространенным в литературе *сюжетом о гибели таланта*. Фабула новеллы «Пьер Грассу», построенная на подобной встрече с искусителем, актуализирует частный вопрос взаимодействия массового и элитарного искусства, коммерциализации труда художника и взаимосвязи текста и его автора. Еще один немаловажный аспект данного произведения – бытие текста

(в широком смысле этого слова) как самоценной единицы, без автора, нашедший развитие только в литературоведении второй половины XX века.

В повести «Неведомый шедевр» показана бесконечность эстетических поисков, часто обрекающая художника на безумие. Рассуждая о ценностной организации произведения, следует предположить, что для Бальзака как писателя, который по воспоминаниям современников писал «лихорадочно быстро, не отделяя своих произведений», в судьбе его героя предстала комедия перфекционизма – *reductio ad absurdum* совершенных эстетических форм. Возможна альтернативная интерпретация: Френхофер оказывается новатором, которого не готово принять современное поколение художников. В *хаосе форм и линий* рождается новое модернистское сознание, предвосхищающее эстетику импрессионизма.

Таким образом, Бальзак показывает своё отношение к искусству как к таковому. Эстетический императив писателя – недостаточно (и не нужно) копировать окружающий мир; следует выразить его, опираясь на красоту и эмоции и восприятие художника. В то же время поиски идеала (или Абсолюта) заведомо ложны: те, что пытаются достичь совершенства, лишь разрушают себя и свой труд.

Повесть Н. В. Гоголя «Портрет» может быть рассмотрена как манифест писателя, в котором освещаются вопросы призвания художника и осмысливается роль художника в сравнении с копиистом.

Через судьбы двух художников Гоголь демонстрирует ложный и истинный путь, связанный с мотивом испытания.

1) Художник Чартков – модный живописец, который трудится ради денег. После обретения богатства его ждет мимолётная слава, но за ней – горе, разочарование, безумие и смерть.

2) Второй безымянный живописец предстаёт перед нами как человек, который полностью и бескорыстно отдается своему делу, не ожидая славы. Отказавшись от имени и состояния, он создает картину, достойную мастера.

Таким образом, говоря о ценностной организации произведений писателей, можно отметить, что, являясь современниками, они выразили принципиально разное понимание основ эстетической деятельности.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
А. Е. Козлов

**А. Г. Должикова**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ХАРАКТЕР «ЛИШНЕГО ЧЕЛОВЕКА» В ПОВЕСТИ И. С. ТУРГЕНЕВА «ДНЕВНИК ЛИШНЕГО ЧЕЛОВЕКА»**

Предметом анализа является повесть И. С. Тургенева «Дневник лишнего человека». Характерология повести рассматривается в аспекте жанра и повествовательных особенностей текста.

*Ключевые слова:* характер, лишний человек, И. С. Тургенев.

«Лишний человек» – это специфический термин, зародившийся в русской критике и литературе, для описания типического характера в реалистической литературе. Исследованию этого характера в творчестве И. С. Тургенева посвящены работы А. Батюто, Ю. Манна, А. Фаустова.

Герой программного для И. С. Тургенева произведения «Дневник лишнего человека», автор дневника Чулкатурин с детства пытался разобраться в себе, в своём сознании, но под влиянием внешних факторов (ему было *одиноко и скучно*) у него сложилось мнение о своей обречённости.

Подтверждением фатальной неспособности героя отыскать свое место и быть счастливым служит основная часть дневника, где Чулкатурин описывает историю неудавшейся любви. Предсказуемая позиция лишнего героя превращает его в беспомощного наблюдателя, лишённого возможности принять участие в событии.

В фигуре лишнего человека, в его характере можно видеть специфическое преломление личностного опыта самого И. С. Тургенева. В частности, биографическая коллизия, сделавшая писателя частью любовного треугольника в семье Виардо, буквально проигрывается во многих романах русского писателя, свидетельствуя о своеобразной «памяти» романтической традиции. К тому же, по замечанию многих исследователей «лишние люди» сочетают в себе черты уникальной личности и тривиального типа. Только для того, чтобы они рас-

крылись, им необходим конфликт – часто связанный со столкновением с внешней средой.

Смерть Чулкатурина, завершающая повествование, маркирует невозможность диалога героя с внешним миром.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
А. Е. Козлов

УДК 19.51.61

**А. В. Захарова**

*(студент 4 курса, направление «Издательское дело»,  
профиль «Книгоиздательское дело», Институт филологии, массовой информации  
и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический  
университет», Новосибирск)*

## **ФАНТАСТИКА В СОВРЕМЕННЫХ ИЗДАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТАХ**

В тезисах анализируется деятельность трех издательств, специализирующихся на выпуске фантастики: «Фантастика Книжный Клуб», «Северо-Запад», «fanzon».

*Ключевые слова:* издательство, фантастика, издательские проекты.

Выпуск фантастики – прогрессирующий сегмент издательского процесса, отличающийся спецификой редакционно-издательской подготовки. До заключения авторского договора перед редактором стоит важная задача – найти автора или сформировать авторский коллектив. Вместе с редактором автор обсуждает тему будущего произведения, которая формируется на основе информации, выявленной с помощью изучения читательского спроса. Читатель, как один из субъектов издательского процесса, играет важную роль в формировании издательского репертуара.

Для исследования качества редактирования фантастической литературы мы провели анализ деятельности трех издательств, занимающихся только фантастикой: «Фантастика Книжный Клуб», «Северо-Запад», «fanzon». Изучение отзывов потребителей и вэб-страниц издательств показало, что большое количество негативных отзывов было зафиксировано в группе издательства «Фанта-

стика Книжный Клуб», где пользователи высказывали недоумение вплоть до непонимания, как книга была допущена к печати. Отзывы в группе издательства «Северо-Запад» также содержат критику в сторону корректуры. Официальный сайт недоработан и малоинформативен. На сайте издательства «fanzon» предоставлена миссия: «Не просто тщательно отобрать топовые фантастические книги, но и вернуть фантастике статус Большой Литературы». Если учитывать отзывы потребителей о качестве литературы, то можно предположить, что издательство действует в соответствии с данной стратегией, оно нацелено на выпуск качественной фантастической литературы и активно поддерживает обратную связь с читателями, в связи с чем оно по праву пользуется успехом у потребителей.

По целевому назначению фантастика относится к литературно-художественным изданиям. Следовательно, редакторская подготовка произведения фантастики предполагает учет общепринятых принципов работы с художественной литературой. Специфика состоит в том, что успех в работе над книгой зависит от знаний редактора особенностей данного жанра. Редактор оценивает рукопись по разным критериям, которые способствуют верной оценке и созданию хорошего произведения. Так как фантастика вбирает в себя множество идей, то при ее редактировании важно учитывать, какая тема будет положена в основу произведения. Выбор той или иной идеи влияет на употребление языковых средств, способ повествования, описание явлений. Например, для создания качественного научно-фантастического произведения требуется глубокое научное знание. Также данный вид фантастики обуславливает употребление научной лексики. Сюжеты, в основу которых положена идея иных миров, будущего планеты, альтернативной реальности нуждаются в создании индивидуально-авторских слов.

Можно сделать вывод, что книгоиздательские предприятия по-разному оценивают издательский процесс, место фантастики в нем и ее редактирование. Ни один из участников издательского процесса не должен относиться к своему делу пренебрежительно. Такие гиганты книжного рынка, как ЭКСМО, Альфа-книга, Рипол Классик и другие занимаются выпуском качественной фантастики наряду с другой литературой. За счет выпуска хороших изданий данные предприятия поддерживают на протяжении многих лет статус ведущих издательств России.

Научный руководитель – д-р ист. наук, проф.

*С. Н. Лютов*

**А. Н. Капылова**

*(магистрант 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Языковое и литературное образование», Институт филологии,  
массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский  
государственный педагогический университет»)*

## **«ГРАММАТИКА БАЛА» В СЮЖЕТЕ ПОВЕСТИ А. А. БЕСТУЖЕВА-МАРЛИНСКОГО «ИСПЫТАНИЕ»**

В работе рассматривается сюжетная ситуация бала, структура бальной церемонии в светской романтической повести А. А. Бестужева-Марлинского «Испытание» и их роль в развитии сюжета повести.

*Ключевые слова:* дворянская культура, бал, «грамматика бала», сюжетная ситуация.

Главная особенность бала, по мысли Ю. М. Лотмана, состояла в том, что он, являясь с одной стороны «областью непринужденного общения, светского отдыха», с другой стороны, был «областью общественного представительства, формой социальной организации, одной из немногих форм дозволенного в России той поры коллективного быта».

Как отмечает А. В. Колесникова, «изображение сцен бала у классиков русской литературы редко применяется лишь в качестве красивого фона тех или иных коллизий литературного произведения», обычно оно «совпадает с кульминационными моментами в развитии сюжетной линии <...>», либо открывает текст, с самого начала задавая основную проблему произведения. Поэтому можно говорить, что ситуация бала оказывается «площадкой», обладающей значительным сюжетным потенциалом. По мнению А. В. Леоновичус, бал в литературе представляет собой «частный хронотоп», в котором «пространство неотделимо от времени: зал, где происходит бал, в другой временной момент может служить местом маскарада, светского раута, вечера, концерта и т. д. Описание пространства и времени бала в художественной литературе является стереотипным: всегда изображается ночное время, богато обставленный интерьер, толпа гостей в великолепных нарядах, яркое освещение в начале, меркнувшее к концу праздника, и т. д.». Иными словами, бал в художественном произведении, являясь целостным самостоятельным пространством, становится функционально-нагруженной формой, которая вмещает в себя только ей при-

сущие характеристики и события, невозможные нигде, кроме как в условиях бальной церемонии.

В повести А. А. Бестужева-Марлинского «Испытание» бал оказывается местом, где происходит роковое знакомство главных героев – Валериана Стрелинского и Алины Звездич, завязка их «романа».

Предпосылкой всего произошедшего на балу становится событие, заданное 1-й главой повести: князь Николай Петрович Гремин на праздновании своих именин «коротко и просто» просит друга – Валериана Стрелинского оказать ему услугу – испытать верность своей возлюбленной, графини Алины.

Твердая уверенность в задуманном первого и сомнения второго последовательно сменяют друг друга в сюжете, и когда Стрелинский со словами: «Опыт наш начинает привлекать меня, за него надо взяться из одной чудесности», – отправляется в Петербург выполнять поручение, в душу Гремина проникают «холодное сомнение» и «желчная ревность». Опомившись, Гремин с ужасом понимает безумство своей затеи и тут же решает просить об отпуске, чтобы опередить друга на пути в Петербург. С этого момента в сюжете повести завязывается интрига, окруженная ореолом неизвестности.

Ситуация бала становится в повести эпицентром сюжетной интриги. Все недомолвки и сюжетные загадки, задуманные автором, все более обостряются к концу бала, воплощаясь на фоне колорита светской жизни в неоднозначных поступках, фразах и чувствах героев, определяющих дальнейшее развитие их судеб.

Бал в повести «Испытание» приурочен к Святкам, главному зимнему многодневному празднику. Как отмечал Ю. М. Лотман, «внутренняя организация бала делалась задачей исключительной культурной важности, так как была призвана дать формы общению «кавалеров» и «дам», определить тип социального поведения внутри дворянской культуры. <...> Возникла грамматика бала, а сам он складывался в некоторое целостное театрализованное представление, в котором каждому элементу (от входа в залу до разъезда) соответствовали типовые эмоции, фиксированные значения, стили поведения».

Как пишет Т. Н. Юрченко, категория «театральности» лежит в основе философии бала. Но в то же время бал – это пространство, где происходит и «стихийное разрушение ритуализованности, допускающее игру случая». Ю. М. Лотман определял эту особенность танцевального собрания как «“бальные вольности”, возрастающие к концу вечера, в которых проявлялось борение “порядка” и “свободы”».

В повести «Испытание» появление дон Алонзо, под маской которого графиня Звездич на следующий день найдет Стрелинского, также представлено как «бальная вольность», которая разнообразила склонявшийся к концу бал.

Однако для самого Стрелинского появление именно на балу для встречи с графиней не было случайным, как неслучайным оказался и сам облик (испанец дон Алонзо), в котором он предстал перед Алиной.

Помимо выполнения развлекательной и эстетической функций, бал выступал в качестве пространства коммуникации. Как отмечает А. В. Колесникова: «...танцевальный вечер – это не только дамы и кавалеры, грациозно вращающиеся в вихре вальса, но и декольтированные платья, веера, лайковые перчатки, бутоньерки, шарфы, маски...». А. В. Леоновичус называет их «тайными знаками <...> любовной игры, вести которую становилось возможным во время бала». Отсюда становится вполне понятным выбор Стрелинского: бальная церемония в ту эпоху была, пожалуй, единственным местом, где молодой человек, полагаясь на права маски, мог самостоятельно завести знакомство со светской дамой.

Ситуация бала в «Испытании» оставляет после себя больше вопросов, чем ответов. Она становится «отправной точкой» для событий, возникающих в дальнейшем и имеющих решающее значение в развитии сюжета.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Н. А. Ермакова*

УДК 821.161.1

**Ю. А. Карачевская**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЛИТЕРАТУРНАЯ ТРАДИЦИЯ В РОМАНЕ**

### **М. Е. САЛТЫКОВА-ЩЕДРИНА «ГОСПОДА ГОЛОВЛЕВЫ»**

Работа посвящена изучению романа М. Е. Салтыкова-Щедрина в свете литературной традиции.

*Ключевые слова:* сатира, композиция художественного произведения, мотив, мотивный анализ текста.

Щедриноведение сегодня по праву может считаться состоявшейся областью в отечественной и зарубежной науке о литературе. Во все времена – более-менее пристально – Салтыков-Щедрин оставался в фокусе внимания критики, литературоведов разных школ и направлений. «Господа Головлевы» прочно вошли в неписанный, но неперемный читательский минимум, стали частью литературного канона. Проанализировав роман М. Е. Салтыкова-Щедрина «Господа Головлевы», можно прийти к выводу о том, что рассматриваемое произведение следует разным литературным традициям, отражая условную «классику» и современность.

Согласно Н. А. Шабановой, традиции в литературе – преемственность в истории литературного процесса, передача культурно-художественного опыта прошлого, его творческое преломление в истории литературы. В художественной литературе в процессе её длительного развития традиционными становятся некоторые темы, мотивы, идеи, образы, изобразительно-выразительные средства. В повествовании щедринского романа прослеживаются черты сентиментального (в описании имения Головлёвых) и романтического стиля (чрезмерность описаний), очевидна ориентация на готический роман. В то же время текст представляет собой сложную систему номинаций, каждая из которых на уровне мотива, образа, символа актуализирует персональный литературный код – Ж. Б. Мольера, Ж. Ж. Руссо, Дж. Свифта.

Так, например, образ Иудушки соотносится с образом Порфирия Петровича из романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание». Порфирий Петрович у Достоевского, так же, как и у Салтыкова-Щедрина появляется неожиданно и постепенно разоблачает Раскольникова также, как постепенно уничтожает членов своей семьи Иудушка.

Мотивный анализ текста показал, что роман сочетает в себе большое количество разнообразных мотивов и отсылок. С уверенностью можно сказать о том, что еще не все щедринские загадки разгаданы.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*А. Е. Козлов*

**К. А. Кольцова**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **К ВОПРОСУ О «ТРИВИАЛЬНОСТИ» ФАБУЛЫ ПОВЕСТИ Н. М. КАРАМЗИНА «БЕДНАЯ ЛИЗА»**

Работа посвящена исследованию повести Н. М. Карамзина «Бедная Лиза». В процессе написания работы анализировались понятия и концепции фабулы и сюжета.

*Ключевые слова:* фабула, сюжет, мотив, литература, Карамзин, «Бедная Лиза».

Опираясь на слова известного литературоведа А. Н. Веселовского, мы можем сказать, что «...в современной повествовательной литературе с ее сложной сюжетностью и фотографическим воспроизведением действительности исчезает сама возможность классификации художественных произведений по сюжетам и мотивам». Однако по мере отдаления от литературной эпохи, такой анализ становится возможным. На примере повести «Бедная Лиза» мы наблюдаем, что неделимое для своего времени произведение, сегодня отчётливо морфологично и членимо.

В повести «Бедная Лиза» автор передает повествование рассказчику. Повесть оказывается плодом его фантазии, а рассказ Эраста даёт своеобразный толчок, который провоцирует творческую инициативу.

Если обратиться к фабуле этого произведения, мы увидим следующую последовательность событий:

– *тяжелая жизнь главной героини «одна Лиза, не щадя своей нежной молодости, не щадя редкой красоты своей, трудилась день и ночь – ткала холсты, вязала чулки, весною рвала цветы, а летом брала ягоды – и продавала их в Москве»*

– *встреча с молодым человеком, в которого влюбляется Лиза. Её чувства взаимны «Я хотел бы всегда покупать у тебя цветы; хотел бы, чтоб ты рвала их только для меня»*

– возлюбленные встречались каждый день втайне от Лизиной мамы *«обещались всякий день ввечеру видеться или на берегу реки, или в березовой роще, или где-нибудь близ Лизиной хижины»*

– Лиза теряет свою непорочность *«Она бросилась в его объятия – и в сей час надлежало погибнуть непорочности!»*

– Эраст уходит на войну *«Мне должно на несколько времени с тобою проститься. Ты знаешь, что у нас война, я в службе, полк мой идет в поход»*

– Лиза случайно встречает Эраста. Он говорит, что женится *«Обстоятельства переменились; я помолвил жениться; ты должна оставить меня в покое и для собственного своего спокойствия забыть меня»*

– потеряв смысл жизни, Лиза бросается в пруд *«Тут она бросилась в воду. Анята закричала, заплакала, но не могла спасти ее, побежала в деревню – собрались люди и вытащили Лизу, но она была уже мертвая.»*

В «Бедной Лизе» Карамзина прослеживается развитие четко выстроенной и последовательной фабулы, построенной на устойчивой схеме сюжета о самоубийстве из-за любви – одной из устойчивых схем для литературной эпохи.

По мнению И. Кубанова, фабула повести «Бедная Лиза» хорошо известна. С точки зрения формирования последующего литературного канона, текст прост и слаб, поскольку, утверждает исследователь, «не выписано основное романтическое требование к драматической коллизии, а именно, столкновение страсти с душой». Выявляется разрушающая способность страсти, ведущая к смерти через реальные и воображаемые, мнимые страдания, на что романтики потратят немало усилий, обогатив литературу достойными теме примерами.

Однако приведенное мнение излишне тенденциозно: любовь изображалась Карамзиным не канонически. Заключительные слова были весьма неожиданны для эпохи конца XVIII века: *«Таким образом скончала жизнь свою прекрасная душою и телом. Когда мы там, в новой жизни увидимся, я узнаю тебя, нежная Лиза!»*. Странно то, что Карамзин дарует душевное спасение самоубийце.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
А. Е. Козлов

**М. А. Кузнецова**

*(студентка 2 курса, направление «Филология», профиль «Отечественная филология», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **МОТИВ ЗРЕНИЯ В РОМАНЕ К. АБЭ «ЧЕЛОВЕК-ЯЩИК»**

Работа посвящена трансформации мотива зрения в романе Кобо Абэ «Человек-ящик». Проанализированы вариации данного мотива и их связи со смежными мотивами, выявлена специфика сюжетообразующего значения мотива зрения в образной структуре романа.

*Ключевые слова:* К. Абэ, Человек-ящик, мотив, мотив зрения

В романе «Человек-ящик» мотив зрения является одним из центральных. Его основная форма может быть определена формулой «взгляд». Взгляд, как и ящик, выполняет функцию символической границы между человеком и обществом. Общество игнорирует человека-ящика. Люди, которые его видят, либо оказываются в нестандартной ситуации (А. неспособен игнорировать человека-ящика, поселившегося под окнами его дома), либо изначально обладают мировоззрением, свободным от господствующих в обществе установок (нищий, медсестра).

Модификацией мотива зрения в романе является взгляд через объектив фотокамеры, тесно связанный с мотивом фотографии. Один из героев впервые сталкивается с человеком-ящиком, обнаружив его в момент проявления снимка, причём запечатлённым с близкого расстояния. Объектив отражает картину реального пространства без искажений, но он не является частью владельца (если человек, ставший с ящиком одним целым, являет собой совершенно иное существо, то соединение «человек-фотоаппарат» художественный мир романа не предусматривает). Таким образом, взгляд, воспринимающий мир сквозь объектив, по-прежнему остаётся избирательно слепым. Также зрение простого человека-ящика не отличается от зрения человека-ящика, вооруженного фотоаппаратом. Слившийся с ящиком априори обладает способностью видеть. Объектив служит лишь средством, через которое совершается прозрение.

Иной вариацией мотива зрения является зеркало. Юрий Левин отмечает, что нарушение свойств изображения порождает идею двойника и, шире, идею

«зазеркалья». Двойничество – один из ключевых мотивов романа. Противопоставление истинного и настоящего, поиск самоидентичности выражается в формулах «лжечеловек-ящик», «лжеврач», «лжерыба». Связь двойничества с мотивом зрения наиболее чётко прослеживается в ситуации, когда с помощью автомобильного зеркальца герой-рассказчик сталкивается со своим двойником, впервые видит лжечеловека-ящика и наготу медсестры.

Другая разновидность зеркала – перископ, изобретённый юношей Д. Используя изобретение для шалости и попавшись, он подвергается наказанию: переживает чувство позора обнажённого человека, ставшего объектом подглядывания. Это травмирующее воспоминание трансформируется в сон о неудачной женитьбе, в котором мотивы ящика, подглядывания, наготы, а также менее существенные периферийные мотивы музыки и физиологической нужды переплетаются, образуя зеркальный «антимир».

Таким образом, взгляд в романе может приобретать негативную семантику. В эпизоде с А. он выступает как оружие, а в иных случаях переплетается с мотивом подсматривания. Подсматривание – форма взгляда, осуществляемая противоправно. Человек-ящик наблюдает за миром с позиции невидимки, и поэтому каждый его взгляд воспринимается как тайный, взятый незаконно. Мотив взгляда подводит нас к двум центральным образам романа: это – человек, упрятавший себя в ящик, и человек обнажённый – противопоставление закрытости и открытости миру. Обнажённость определённа – это всегда одна и та же женщина, в то время как человек-ящик лишён конкретики. Свобода в романе понимается как отсутствие страха чужого взгляда, являющееся следствием открытости миру. Заточая себя в ящик физически, человек надеется обрести внутреннюю защиту, однако, единственный способ её получить – не возведение преграды, символом которой является ящик, а, напротив, отказ от барьеров, внутренняя и внешняя оголённость. План содержания оказывается тождественен плану выражения, что обусловлено теснейшим взаимодействием мотивов зрения и наготы.

Таким образом, мотив зрения в романе является сюжетообразующим. Каждый новый эпизод связан с той или иной вариацией данного мотива.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Е. Г. Николаева*

**А. А. Ладыгина**

*(магистрант 2 курса, направление «Филология», программа «Теория литературы», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СПЕЦИФИКА ГЕРОЕВ-ХУДОЖНИКОВ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Н. В. ГОГОЛЯ**

Работа посвящена рассмотрению особенностей героев-художников в произведениях Николая Васильевича Гоголя. Показаны их отличия от литературных предшественников. Продемонстрировано, что в произведениях Гоголя разлад между художником и его поприщем приводит к самоотречению.

*Ключевые слова:* Гоголь, герой, художник, анализ, творчество.

Расцвет русского романтизма на рубеже 1820-1830-х гг. ознаменован всепоглощающим интересом к искусству, пришедшим из немецкого романтизма. Это привело к возникновению литературных произведений, посвящённых герою-творцу. Разрабатывается образ героя: акцентируются характерные для романтиков проблемы места художника в обществе, взаимодействия искусства и обычной жизни. С. И. Машинский в своей книге «Художественный мир Гоголя» пишет: «... у представителей романтизма (Н. Полевого, В. Одоевского, А. Тимофеева) эта проблематика решается в традициях, довольно близких к эстетике немецкой романтической школы, для которой характерно было представление о поэте-художнике, как о вдохновенном творце, одиноком отшельнике, стоящем над прозаической повседневностью и живущем в мире “высоких” грез и мечтаний», т.е. конфликт между художником и обществом изображался как противостояние возвышенной личности и пошлой толпы. В произведениях Н. В. Гоголя герой-художник меняется: его жизненный путь сопряжен с социальными проблемами действительности. В современном писателю Петербурге поведение общества определяла «мания чина», человек искал своё место в социуме, стремился подняться по социальной лестнице. Важной частью этого места является деятельность человека как его предназначение – поприще.

В произведениях Николая Васильевича характеристика героев-художников выражается с помощью *мотива поприща*, что определяет истинную духов-

ную сущность героев, их место в мире, особенности поведения и взаимодействия с людьми. Отношение человека к своему поприщу влияет на ход его жизни. Фабульным источником мотива поприща является недовольство героя своим положением. Чартков, герой повести «Портрет», является примером эксплицитного недовольства. Талант художника ограничен его бедностью. Хотя в процессе творчества, когда Чартков словно запирается внутри себя, внешние условия совершенно ему не мешали. Его социальное положение ограничивает героя как творца, поскольку Чартков зависим от общества: ему нужно иметь хороший статус, чтобы 1) продавать картины, 2) иметь признание в обществе (в этом проявляется его направленность вовне). Пискарев (повесть «Невский проспект»), пример имплицитного недовольства, является типичным «петербургским художником». Он доволен своим местом. Процесс его творчества не зависит от внешних обстоятельств. Оба героя объединены внутренней связью, которая маркируется их социальным положением: они находятся в зависимости от своего положения и престижа в обществе, но отличает их отношение к этой связи. На сюжетном уровне произведений о художниках выделяется ситуация искушения, в которой снова реализуется мотив поприща; дальнейший ход жизни героев зависит от выбора: остаться верным своему поприщу или отказаться от него. Чартков, улучшая внешнюю сторону своего существования, разрушает внутреннюю. На первый взгляд кажется, что он не оставляет своего поприща: герой продолжает писать картины, но он меняет отношение к своему труду. Здесь можно выделить оппозицию *художество – ремесло*. Традиционно понятие *художества* трактуется как творческое отражение, воспроизведение действительности в художественных образах; умение, мастерство, знание дела. *Ремесло* – профессиональное занятие – изготовление изделий ручным, кустарным способом. Ремесло в видении Чарткова – смиренная бессмысленная работа, когда произведение создаётся степенно, «строчка за строчкой». Он же выбирает путь «гения», отступает от ремесленничества в пользу художества – «быстрой», «смелой», по его словам, работы без любого промедления. Это и есть для него настоящее творчество. Но теперь внешние условия определяют смысл его работы: Чартков поддается эгоизму ремесла, превратив божественный промысел в «работу». Герой не остаётся верным своему поприщу. Художник, чьим божественным призванием было творить, создавать картины, «душевно» слепнет. Он не может вернуться на своё место и сходит с ума. Не зависть становится причиной его помешательства и смерти, а утрата истинного предназначения. Пискарев, околдованный дьявольской красотой незнакомки,

наоборот, погружается в себя. Но это не тот внутренний мир, который помогал герою творить. Художник погружается в сны, где обретает счастье, в котором нет места творчеству. Женщина становится его новым проектом, новой картиной: он представляет, как спасёт её, изменит, уравнивает внутреннюю красоту с внешней. В итоге Пискарёв сводит счёты с жизнью, чтобы никогда уже не возвращаться в реальность, в которой он не сможет осуществить задуманное. Оба героя, оказавшись в сюжетной ситуации искушения, отказываются от своего поприща, но происходит это по-разному. Чартков ищет своё «место»: он остаётся художником, но меняет своё отношение к созданию картин. От божественного промысла он приходит к промыслу материальному, доводя процесс творчества до автоматизма. Пискарёв же, наоборот, знает, что находится на своих «местах»; он занимается своим делом – следует своему поприщу. Оказавшись в ситуации искушения, он просто забывает то, чем жил раньше. Он словно «прозревает» новые истины: перед героем открывается мир, отличный от привычного, возникают иные, уже материальные, желания.

Ещё одной особенностью героев-художников является то, что они не имеют предыстории: их происхождение и предшествующий жизненный и творческий путь неизвестны. Они предстают перед нами «готовыми», что сближает их с таким же «готовым» героем-переписчиком Башмачкиным (повесть «Шинель»).

Конфликт между личностью и развращённым обществом частично раскрывается в сюжетах рассматриваемых произведений. Сумасшествие и самоубийство Пискарёва – это не только влияние его отношения к своему поприщу, но и своеобразная форма отчуждения от пошлого общества. Обычно романтический герой «выбирал» иную форму – «высокое» безумие или смерть от неразделённой любви. Тогда как Пискарёв не соответствовал обществу, Чартков, наоборот, совпадал с разлагающимся миром. Не только чиновничество характеризовало «современность» героев: жадность, стремление бесконечно умножать свои накопления являлись важными чертами жителей растущих городов. Чартков хочет получать все больше денег, а для этого постоянно и тяжело трудится. Эта тенденция так же обуславливает очерствение души героя, неестественные перемены его возраста и внешнего облика и следующие затем сумасшествие и смерть.

Герои-художники лишены силы слова: речь их пуста, они не имеют возможности исповедаться: последние слова Чарткова являются бредом; из запертой комнаты Пискарёва не доносилось ни звука. Их инструментом воздействия

является живопись, но воспользоваться им они не могут. В «Портрете» картины практически не влияют на омертвевшие души; силой обладает демонический портрет. В «Невском проспекте» сам художник теряет интерес к своим картинам, он больше не может творить.

Таким образом, мы приходим к выводу, что в произведениях Николая Васильевича Гоголя герои-художники не могут взаимодействовать с обществом. Они взаимодействуют с миром сквозь призму художественного восприятия, а столкнувшись с реальностью «напрямую», не имеют возможности вернуться назад. Чартков и Пискарёв являются именно героями-художниками: они не имеют «человеческого» прошлого, не задумываются о будущем. Их жизнь – поприще, изменив и потеряв которое, они не могут существовать далее.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Н. В. Константинова*

УДК 821.161.1

**Я. В. Лахина**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **КОРРЕЛЯЦИЯ МОДУСОВ ХУДОЖЕСТВЕННОСТИ В ПОВЕСТИ В. Г. КОРОЛЕНКО «В ДУРНОМ ОБЩЕСТВЕ»**

Предметом работы является корреляция и контаминация двух художественных модусов (трагического и драматического) в рамках одного повествовательного текста – повести В. Г. Короленко «В дурном обществе».

*Ключевые слова:* В. Г. Короленко, модусы художественности, стратегии оцельнения.

Творчество В. Г. Короленко второй половины 80-х годов во многом ориентировано на произведения его современников – т. н. писателей чеховского круга. Не менее важную роль в становлении писателя играли произведения двух прижизненных классиков – Л. Н. Толстого и Ф. М. Достоевского.

Согласно концепции Вяч. Иванова, посвященной жанровому определению произведений Достоевского, романы знаменитого пятикнижия – это «романы-трагедии». П. Бицилли, продолжая развивать концепцию Иванова и Мережковского, определяет романы Достоевского как роман-драму. Несмотря на то, что данная концепция сложилась лишь в XX веке, следует учитывать особенности восприятия данной формы в самосознании писателя Короленко.

В современных теоретико-литературных штудиях модусы художественности определяются как «типы художественной целостности, служащие базовыми стратегиями завершения художественного». Наиболее актуальной на сегодняшний день является теория Валерия Игоревича Тюпы. В отличие от парадигм художественности все модусы: сатирический, героический, комический, драматический трагический, – имеют трансисторический характер повторяющихся, типологически продуктивных модификаций художественности.

В тексте выбранной повести «В дурном обществе» наиболее выраженным является трагический сюжет, в основе которого лежит конфликт отцов и детей. В этом конфликте находит отражение ситуация избыточной свободы «я» и вина протагониста перед миропорядком. Это является основанием для реализации трагического в повествовательном тексте. Но мы не можем классифицировать данный текст как трагический, поскольку в сюжете действует несколько равноправных контаминируемых стратегий оцельнения.

Интересной оказывается ситуация двойственности «я» протагониста. Драматическая двойственность предполагает противопоставление «я» другому «я» как, например, в романе Ф. М. Достоевского «Подросток», где Аркадий Долгорукий и Андрей Петрович Версиллов являются двойниками и противостоят друг другу. В повести же Короленко мы не обнаруживаем второго «я», которому была бы противопоставлена личность протагониста. Трагическая двойственность обладает характерной чертой – она является внутренней. Но если обратиться непосредственно к тексту произведения, то можно отметить, что всё то, что определяет личность Васи, приписывается ему извне: отцом, нянькой, жителями городка. В этом же мы отмечаем важную деталь – «установившийся взгляд», то есть мнение о протагонисте сформировано без его участия. И называя себя так же, как определяют его в обществе, он лишь соглашается с этим, вероятно, не ощущая в действительности: *«Вообще все меня звали бродягой, негодным мальчишкой и так часто укоряли в разных дурных наклонностях, что я, наконец, и сам проникся этим убеждением».*

Одно из основных отличий трагизма от драматизма заключается в том, кто является героем-жертвой: *трагическое* определяет, что таким героем должен быть протагонист, *драматическое* же позволяет «передать эту роль» другому герою. Это и происходит в сюжете повести. Таким героем-жертвой становится маленькая Маруся, смерть которой становится катарсисом произведения, способствуя спаду напряжения, которое достигло своей максимальной точки в фабуле повести.

Итак, мы приходим к выводу, что данное произведение использует трагический сюжет с драматическим конфликтом, в результате чего происходит «смещение» напряжения с главного героя на героя-жертву. Это «смещение» происходит из-за смерти Маруси. И оно не только способствует спаду напряжения, но и разрешает основной конфликт.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*А. Е. Козлов*

УДК 821.161.1

**А. С. Медведева**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЗАМЕЧАНИЯ К ДИСКУРСИВНОЙ МОДЕЛИ РАССКАЗА В. НАБОКОВА «КАК-ТО РАЗ В АЛЕППО»**

В работе рассматривается корреляция между мотивами двойничества и недискурсивной неосуществленностью в рассказе В. Набокова «Как-то раз в Алеппо»

*Ключевые слова:* В. Набоков, коммуникация.

Неспособность принять окружающую реальность приводит героев В. Набокова к невозможности взаимодействия с окружающим. Они не могут вступить в дискурс, а, следовательно, и понять или попытаться понять друг друга. Так возникает мотив фиктивности оппонента.

В рассказе «Как-то раз в Алеппо» под сомнение ставится не только правдивость того, о чем говорит протагонист, но и самого адресата, для которого это письмо предназначается, что, следовательно, делает его даже не литературным письмом, а уже состоявшимся литературным произведением. Адресат обозначается как *DEAR V. (Дорогой В.)*, он уехал из Парижа «за месяц до того, как я женился», известно также и то, что он литератор и именно этим мотивировано желание героя написать ему. Адресант, тем не менее, такой же литератор, которого публикуют в «Литературных записках» (угадывается аллюзия на «Отечественные записки») и стихи его нравятся жене, когда они способны «жить вместе». «Дорогой В.» – это так называемый эксплицитный читатель, чувства которого идентичны чувствам повествующего, и только он в полной мере может понять повествователя.

Письмо становится возможным благодаря «случайной» встрече адресанта и его старого приятеля, который и даёт адрес *дорогого В.* Так, это событие становится отправным пунктом в попытке героя вступить в коммуникацию с кем-то помимо себя. Следующий шаг – это написание письма, процесс создания которого совпадает и с процессом написания текста о письме. Этот второй шаг сновится последним, даже многочисленные упоминания адресантом "*дорогого В.* не позволяют герою прорваться за круг обычных обращений и отнести письмо на почту. Письмо утрачивает прагматическую коммуникативную функцию, становится *письмом* как таковым, а *дорогим В.* оказывается любой читатель, способный вступить в коммуникацию с текстом, а не герой, который «закрывает» себя в тексте с просьбой сохранить название «Как-то раз в Алеппо». Таким образом, вставляя в своё письмо чужой текст, герой полностью перекодирует его содержание.

Интересно, что такая интерпретация созвучна с рассказом, вышедшем в американском сборнике В. Набокова "Details of a Sunset and Other Stories" – "A Letter that Never Reached Russia" («Письмо, не дошедшее до России») и имеющем также эпистолярную форму, как и в исследуемом нами рассказе: "«Все, что я сохранил, – пишет В. Набоков, – это фрагмент, который представляет собой письмо, написанное из Берлина моей героине, оставшейся в России». В рассказе «A Letter that Never Reached Russia» повествователь также прибегает к монтажному рассказыванию, к крупным планам и описанию деталей, однако избегая изображения полной картины.

Таким образом, литературная деятельность – написание письма – повествователя оказывает на него терапевтическое действие, а содержание повести

становится беседой адресанта с адресатом, правда, с той особенностью, что они соединены в одном человеке и разделяются только на бумаге. Финал рассказа подтверждает невозможность взаимодействия между двумя его участниками, один из которых – фикция адресанта. Сам формат, который выбирает нарратор для описания своей жизни, становится литературным произведением, а, следовательно, адресат всего лишь его вымышленный оппонент-двойник.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Н. А. Муратова*

УДК 821.161.1-2

**В. В. Мерзликина**

*(студентка 2 курса, направление «Филология», профиль «Отечественная филология», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ ИЗОБРАЖЕНИЯ ОБРАЗА КАРДИНАЛА РИШЕЛЬЕ В ПЬЕСЕ В. ГЮГО «МАРИОН ДЕЛОРМ»**

Работа посвящена специфике изображения образа кардинала Ришелье в пьесе Виктора Гюго «Марион Делорм». Проанализированы диалоги и монологи героев, отражающие особенности положения кардинала на сцене. Также прослеживается авторская установка на максимально точное изображение исторической личности Ришелье.

*Ключевые слова:* В. Гюго, кардинал Ришелье, внесценический образ.

Е. М. Евнина пишет, что новаторство романтической драмы сказалось в обращении к новому национальному сюжету с ярким воспроизведением «колорита места и времени» для каждой изображаемой эпохи. В. Гюго понимал драму как увеличительное стекло. Одной из его лучших романтических трагедий является «Марион Делорм». В пьесе мы видим не только реальные исторические личности, но и ряд вымышленных героев. Ее разнообразную проблематику М. Трескунов характеризует следующим образом: «Из кратких, но выразительных реплик действующих лиц мы узнаем о войне с Испанией, о заговорах против Ришелье, о взаимоотношениях короля с всемогущим мини-

стром, о кровавой расправе над гугенотами, о казнях дуэлянтов, о литературной полемике...».

В процессе анализа пьесы было обнаружено, что кардинал Ришелье имеет в ней внесценическое положение: даже не зная, кто это такой, уже во втором действии можно понять, что он занимает далеко не последнее место при дворе и явно может влиять на ход событий. Это мы узнаем из реплик Гасе, который постоянно заговаривает о кардинале, когда говорят о короле. Объясняет он такую странность очень кратко: «Так модно». Имя Ришелье подавляющее большинство героев произносит со страхом перед его неограниченной властью. Даже Людовик XIII, чей слабый характер Гюго отобразил точно и ярко, признает в одном из монологов свою полную зависимость от всемогущего кардинала, который занимает при дворе должность первого министра. Сам Ришелье не появляется в пьесе ни разу. Только в последней сцене мы слышим лишь его грозный голос, раздающийся из огромных носилок и подтверждающий смертный приговор для Дидье и Саверни за дуэль.

Гюго в пьесе окружил образ Ришелье ореолом мистического ужаса. Кардинал уже не ассоциируется у нас с конкретным человеком, а становится некой абстракцией непобедимой тирании. Ришелье – обобщенный образ представителей высшей власти, которая постоянно умаляет права простых людей, вроде Дидье и Марион. Сомнительно, что Гюго стремился показать жестоким тираном только кардинала, упрек в тирании относится не только к нему – это вызов всем власть имущим. На наш взгляд, именно поэтому Ришелье имеет внесценическое положение в пьесе: незримо он остается одним из главных действующих лиц – почти в каждом явлении упоминается кардинал и его власть над судьбами людей и судьбой целой Франции. Он представляется страшной силой, которая способна уничтожить все, что ей неуместно. Гюго часто заменяет имя кардинала различными перифразами: «пурпурный Каин», «злой бес в алом», палач. Красный цвет также прочно соединен с его именем.

Таким образом, автор гиперболизировал образ Ришелье именно через его внесценическое положение. Такой образ кардинала, оставшегося до конца недостижимым злом, очевидно, был важен для Гюго как для художника-борца за права людей, являя отличный пример того, против чего стоит бороться.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Е. Г. Николаева*

**Т. В. Молодцова**

*(магистрант 1 курса, Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНАЯ МЕТАФОРА В РОМАНАХ**

### **В. В. НАБОКОВА «МАШЕНЬКА», «ПОДВИГ»**

Работа посвящена выявлению специфики железнодорожной метафоры в романах В. Набокова «Машенька», «Подвиг». Прослежены возникновение, история и специфика функционирования концепта «железная дорога» в текстах писателей и поэтов 19–20 вв., выявлены отличия в употреблении данного концепта в текстах В. Набокова.

*Ключевые слова:* В. Набоков, метафора, железная дорога, «Машенька», «Подвиг».

Е. Фарыно писал о том, что образ транспортных средств в художественном пространстве подвергается символизации и мифологизации. Железная дорога, прочно вошедшая в жизнь общества, не стала исключением. Концепт «железная дорога», вобрав в себя архетипические представления о пути-дороге, сначала становится предметом ассоциативной игры на поле художественного текста, затем переносит в новые контексты закрепившуюся за ним функциональную мотивировку, в конце концов, устойчивый образ метафоризируется и может обрастать металитературными коннотациями.

Мы можем говорить о том, что у ряда проанализированных нами авторов (Н. А. Некрасов, А. Фет, Ф. М. Достоевский, Л. Н. Толстой, С. Есенин, М. Цветаева, В. Хлебников, и др.) метафоризации подвергается сама железная дорога, тогда как у В. Набокова железная дорога преимущественно является источником для метафор, причем куда более сложных. У вышеупомянутых авторов метафора представлена в своей экспрессивной разновидности, поезда, как правило, имеют зооморфные и мифологически-фольклорные черты, у Набокова же мы можем наблюдать функционирование и концептуальных метафор.

Безусловно, Набоков использует в качестве области-цели метафоры железную дорогу, но в романах «Машенька» и «Подвиг» способ создания подобных метафор уникален. Во-первых, образ поезда актуализируется в читательском сознании посредством приема аллитерации: «... сдержанным гулом начинал ходить дом, затем громада дыма вздымалась перед окном <...>», во-

вторых, в качестве имплицитной метафоры поезда выступает Алферов. Он «заменяет» поезда в соответствующих контекстах, имитируя своим пением паровозный гудок. Кроме отмеченной специфики, в романе «Машенька» железнодорожная метафора связывает собой различные уровни и элементы текста (пространственно-временной, композиционный уровни; детали, мотивы).

Анализ железнодорожной метафоры позволяет анализировать и металитературный компонент прозы В. Набокова, то есть один из наиболее частотных элементов в его поэтике. Поэтому, мы можем говорить о том, что железнодорожная метафора является когнитивной метафорой, ведь с помощью нее эксплицируются такие понятия как «художественный прием», «строение произведения», играющие ключевую роль в картине мира писателя. Железнодорожная метафора у Набокова обладает также и экзистенциальным потенциалом (в романе «Подвиг»), что является характерным для этой метафоры в текстах начала XX века. Отличает Набокова то, что наряду с экзистенциальной проблематикой коннотации катастрофичности в железнодорожной метафоре «ход жизни – движение поезда» у него отсутствуют, ведь Мартыну все же удалось совершить свой Подвиг. Железнодорожная метафора способна нести «ключевую информацию текста».

Задавая референциальную рамку, железнодорожная метафора в романах В. Набокова позволяет выявить или предсказать некое имплицитное содержание текста.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Е. Г. Николаева*

**М. Э. Новикова**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПОЭТИКА ПОВЕСТИ А. П. ЧЕХОВА «В ОВРАГЕ»: КАТЕГОРИЯ РЕДУКЦИИ**

«В овраге» – текст, где анекдот тесно граничит с притчей. В основу притчи чаще всего ложится библейский сюжет, что мотивировано мифотектоническими связями. В данной повести это сюжет о крушении Вавилонской башни (гл. 11). Если анекдот ситуативен и эпизодичен, то притча накладывается на все повествование и является первичным жанром в этом произведении.

*Ключевые слова:* редукция, анекдот, притча Чехов.

Многие герои повести А.П. Чехова «В Овраге» подаются автором через редукцию какого-либо качества. Например, Варвара плохо видит, Степан плохо слышит, Григорий Петрович в финале перестает говорить. В случае Никифора – вообще исчезновение, обусловленное его смертью

В. Шмид в разделе «чеховские редукции» сборника «Проза как поэзия» связывает этот признак поэтики Чехова с «мотивировкой познания в момент смерти», т.е. оно происходит тогда, когда уже не может отразиться на жизни героя. Отметим, что хотя прозрение Цыбукина не является полным, «так как [он] по-прежнему не любит мужиков», оно все же имеет последствия и обнажает в герое качество, невозможное в начале повествования: «Старик остановился и, ничего не говоря, смотрел на обеих; губы у него дрожали, и глаза были полны слез». Григорий Петрович раскаивается в том, что не смог противостоять Аксинье и допустил смерть Никифора, позволил ей выгнать Липу. Он совершает своеобразное покаяние, причастие грехов, которые ему отпускаются, после «преломления хлеба» («Липа достала из узелка у матери кусок пирога с кашей и подала ему»).

Существенно в этом контексте описание пейзажа: «Солнце уже совсем зашло; блеск его погас и вверху на дороге. Становилось темно и прохладно». В селе наступает ночь (в мифологии ночь всегда связывалась с загробным ми-

ром). Дорога же – символ пути. Таким образом обозначается, что Григорий Петрович близок к смерти.

По мнению А. Д. Степанова, «препятствиями-раздражителями [диалога] служат речевые дефекты и косноязычие героев», к этому можно добавить и отсутствие, редукцию какого-либо органа чувств. Например, Степан лишен слуха, что, однако, не мешает ему задавать вопросы, несмотря на то, что ответ он не услышит («Тут мамаша взяла две осьмушки чаю <...> куда это записать?»), а также другим героям обращаться к нему («Эй, Степан!»). Также комична ситуация, когда глухой Степан подносит к уху подаренные ему золотые часы. Проблема коммуникации подчеркивает не только разобщенность героев, их отчужденность друг от друга, «диалог глухих», но и их неспособность к рефлексии. Таким образом, провал коммуникации обнаруживается и на уровне восприятия героями самих себя и используется в качестве анекдотической ситуации.

Однако чеховские редукции, как и проблемы взаимодействия героев не только эксплицируют жанр анекдота, но вводят и противоположный ему жанр притчи. В. И. Тюпа в главе «Анекдот и притча» («Художественность чеховского рассказа») говорит о том, что анекдотическое слово само по себе сюжетно, в то время как притчевое фабульно, что позволяет «Чехову извлекать из их соседства эффект конфликтной взаимодополнительности».

«В овраге» – одно из тех произведений, где анекдот тесно граничит с притчей. В основу притчи чаще всего ложится библейский сюжет, что мотивировано мифотектоническими связями. В данной повести это сюжет о крушении Вавилонской башни (гл. 11). Если анекдот ситуативен и эпизодичен, то притча накладывается на все повествование и является первичным жанром в этом произведении. Она продуцирует «остановку» и взгляд с холма на тот самый овраг; позволяет читателю как бы вознестись над повествованием.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Н. А. Муратова*

**А. А. Отинова**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ ПОЭТИКИ АБСУРДА В «СЛУЧАЯХ» Д. ХАРМСА**

Работа посвящена поэтике абсурда в «Случаях» Д. Хармса. Проанализированы рассказы из сборника, выявлено, что главными художественными средствами создания абсурда являются деформация тела персонажа, сюжет исчезновения и театрализация реальности.

*Ключевые слова:* Д. Хармс, «Случаи», абсурд, категория телесности, театральность

В энциклопедии «Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий» термин поэтика абсурда (лат. *absurdus* нескладный, негармоничный) трактуется как разрушение в художественном тексте логических и ассоциативных связей, ведущее, с обыденной точки зрения, к бессмыслице и вместе с тем стимулирующее столкновение смыслов и порождение новых.

Д. Хармс – представитель литературы абсурда. Проанализировав «Случаи», мы выявили, что для поэтики абсурда в данном сборнике характерны особая телесность, мотив исчезновения тела и мотив театральности.

В «Случаях» происходит деформация телесного образа человека, а именно органов зрения, лица и головы. Более того, тело персонажа в данных произведениях «стремится к исчезновению» при помощи различных средств. Так, в рассказе «Математик и Андрей Семенович» текст композиционно построен в виде пьесы и имя в первой реплике выглядит так: «Андрей Семенович», во второй – «Андрей Семен.» и далее – «Андр. Семен», то есть герой исчезает на «графическом» уровне. Также в текстах телесный образ представлен неполно, разрозненно – через рассечение тела происходит смерть героев.

Телесность у Хармса имеет прямую связь с философией абсурда. Тема деформированного зрения связана с философским представлением о мире, о котором пишет Жаккар: мир недоступен во всей его целостности, человек может видеть лишь отдельные его части. Герои в рассказах видят мир деформированно, по частям.

Событие смерти в литературе абсурда воспринимается как норма данного мира, тогда как жизнь является антинормой. Смерть тела приводит к приравниванию человека к материальному началу, ее можно трактовать как стремление к нулю, что порождает «череватую бесконечность» возможностей.

События сценического исчезновения можно трактовать как смерть героя. Об этом пишет О. М. Фрейндерберг, интерпретируя «вход, приход как идею бога, а уход — как идею гибели». Несмотря на то, что обэриуты декларировали отказ от традиционных форм искусства, принцип построения текстов Хармса в этом отношении повторяет принцип построения античных трагедий. Но этот принцип дан в комическом ключе и подчеркивает идею абсурда: действие не может иметь результата, т.к. далее неизбежно следует его повторение. Прием нарушения причинно-следственных связей делает каждое событие равновероятным, т. е. абсолютно любое событие может как случиться, так и не случиться.

Таким образом, было выявлено, что главными художественными приемами «Случаев» являются особая деформированная телесность персонажа, мотив исчезновения субъекта и мира, понимание смерти как обыденного события, повторы действий персонажей и нарушение причинно-следственных связей.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф.  
*Г. А. Жиличева*

УДК 821.161.1

**И. С. Пархутов**

*(студент 4 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **КАТЕГОРИЯ ДЕТСКОСТИ В ПЬЕСЕ МАРТИНА МАКДОНАХА «ЧЕЛОВЕК-ПОДУШКА»**

Специфика детскости в пьесе «Человек-подушка» состоит в том, что и эмоциональное состояние, и лексика, и поступки, свойственные ребенку, проявляются у взрослого персона-

жа как серия патологических состояний. Герои остаются детьми всю жизнь; их психологическое взросление останавливается после получения детской травмы.

*Ключевые слова:* категория детскости, новая драма, МакДонах

Детскость в пьесе Мартина МакДонаха «Человек-подушка» является одной из главных категорий драматического развития действия. Но в отличие от классического разворачивания темы-мотива детства, в поэтике ирландского драматурга детскость сопряжена с травмирующим, шокирующим опытом. В пьесе поведение персонажей мотивировано их детскими травмами, которые представляют собой сюжетостроительную основу произведения.

Можно говорить о том, что изображение детскости у МакДонаха отчасти отсылает к традициям "новой драмы". Генрик Ибсен, первооткрыватель «новой драмы» в Европе, наделяет Нору, главную героиню пьесы «Кукольный дом», характеристиками ребенка. Позже в драматургии первооткрывателя новой драмы в России, А.П. Чехова, категория детскости в пьесе «Вишневый сад» накладывается на изображение поведения, воспоминаний Раневской. Особенностью поэтики Ибсена и Чехова является доминирование внутреннего события над внешним, что неотъемлемо (в данных пьесах) связано с детскостью.

Мартин МакДонах усиливает значимость данной категории в развитии драматического события. Мотивированность действий персонажей невозможно уяснить, не обращая внимания на контекст, связанный детством. Также события внешнего характера отходят на второй план, т. к. кульминационные события (с точки зрения психологической драмы) уже произошли ранее.

В пьесе «Человек-подушка» категория детскости реализована в трёх плоскостях: детское эмоциональное состояние, детская лексика, детские поступки. Репрезентация этих уровней особенно заметна на примере Михала.

Детское эмоциональное состояние этого героя проявляется через ремарочный комплекс, связанный с психологическим портретом Михала: *«Михал имитирует его крик до тех пор, пока он не стихает; Михал имитирует его крик, пока он не стихает, затем встает и ходит по камере; Михал имитирует его крик, наконец, раздрожаясь»* и т. д.

Лексика, характеризующая ребенка: *«Ага. У меня сегодня ужасно чешется в попке. Не знаю даже, почему. Ты не взял с собой присыпку?; Я люблю Человека-подушку. Он мой лучший друг».*

Кроме этого, жестокие поступки Михала (убийства детей) парадоксальным образом соотнесены с детскими поступками (в аспекте неразличимости

добра и зла, установки на игру), т. к. Михалу очень нравились рассказы Катюряна о детях. Михал соперничал судьбам детских персонажей, пытался помочь им, но в реальном, а не в литературном, пространстве.

Специфика детскости в «Человеке-подушке» состоит в том, что и эмоциональное состояние, и лексика, и поступки, свойственные ребенку, проявляются у взрослого персонажа как серия патологических состояний. Герои остаются детьми всю жизнь; их психологическое взросление останавливается после получения детской травмы. Таким образом, детская травма становится основным приёмом развития действия в драме.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Н. А. Муратова*

УДК 821.161.1

**А. Д. Редкозубова**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВНЕШНЕГО И ВНУТРЕННЕГО ПРОСТРАНСТВА В ПОЭМЕ ВЕН. ЕРОФЕЕВА «МОСКВА – ПЕТУШКИ»**

Работа посвящена взаимодействию пространств в поэме Венедикта Ерофеева «Москва – Петушки». Проанализирован хронотоп и его трансформации в течение повествования, выявлено значение внутреннего пространства для главного героя, определено положение героя по отношению к создаваемому им тексту.

*Ключевые слова:* Ерофеев, взаимодействие пространств

Главной составляющей текста, использующего сюжет путешествия героя, является сам путь, разворачивающийся в определенных пространственных координатах. Поэтому необходимо проанализировать передвижение героя в рамках текста.

Основной хронотоп (реальные перемещения Вени в поезде) становится для героя несущественным, потому что «пространство сознания», важное как для героя-повествователя, так и для читателя, формируется не за счет постоянных переходов из тамбура в вагон, и не зависит от проезжаемых станций. Однако пространство образует замкнутый круг, начало поэмы становится буквальным отражением финала. Эти, иногда буквальные, а иногда видоизмененные (с сохранением структуры и смысла), повторения как бы закрывают сюжетное кольцо. Такие же, но, скорее, локальные повторы мы наблюдаем в перемещениях Вени внутри поезда (вагон>тамбур>вагон), циклический характер имеет также сама поездка, которую, как мы понимаем из слов персонажей, Вени совершает не один раз.

«Разрушение» привычного пути героя приводит нас к мысли о полном изменении основного хронотопа и нарушениях внутри него. Основу повествования составляют «вставные» пространства или «вторичные» хронотопы, нарушающие линейный ход истории. К ним относятся воспоминания Вени (отвлеченные рассказы героя), галлюцинации, интертекстуальные вставки, отсылающие к пространствам других текстов мировой литературы.

Наиболее ярким разрушением пространственной логики становится финал поэмы. Герой, уже будучи мертвым, произносит следующие слова: «И с тех пор я не приходил в сознание, и никогда не приду», то есть он «поднимается» над текстом, выходит за его пределы. Данная ситуация подготовлена в сюжете поэмы тем, что персонаж часто предсказывает развитие событий, знает, о чем именно будет его следующая история. Если же анализировать саму финальную фразу (прошедшее время, говорящий занимает позицию автора, позицию «над»), то можно понять, что повествователь знал и об этом эпизоде, уже пережил его.

Именно гибель персонажа в изображенном пространстве позволяет ему перейти в пространство иное, внешнее. Закончив свой путь, герой разрушает и само пространство, получая возможность абсолютного отождествления с автором.

Таким образом, смерть для Венички становится не финальной точкой, а лишь очередным этапом в его развитии. Погибает не сама экзистенциальная сущность, а только оболочка героя, в котором она была заключена; авторский голос остается бессмертным.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф.

*Г. А. Жиличева*

**М. П. Сингх**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое (филологическое) образование», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПОВЕСТИ С. КРЖИЖАНОВСКОГО «ШТЕМПЕЛЬ: МОСКВА»**

В работе рассмотрена одна из актуальных для современной науки тем – дискурсивные стратегии (позиционирование субъекта, объекта и адресата) эпического произведения. Материалом исследования послужила повесть С. Кржижановского «Штемпель: Москва»

*Ключевые слова:* дискурс, Кржижановский, Москва.

В. И. Тюпа предлагает рассматривать нарратив с помощью обобщающей категории дискурсивной стратегии, характеризующей «позиционирование» субъекта, объекта и адресата художественного высказывания. Рассмотрим дискурсивную стратегию повести С. Кржижановского.

Повесть «Штемпель: Москва» обладает сложной природой: иронический дискурс повествования смешивается с «исповедальным». Рассказчику присущи ретроспективные размышления: «Даже странно: в первый день, когда, оттянув плечо чемоданом, я смотрел с Дорогомиловского моста на кучу домов под кучей огней...». Он не успевает за Москвой, в которой «что ни день» меняются обложки, вывески – городской текст, трансформирующий Москву в «огромный спутанный клуб», которому и уподобляется нарратор. Игровому «я» присущи попытки заполнить собой ролевую границу: «Понемногу я стал втягиваться в эту игру души с пространством...». Таким образом дискурс, реконструированный героем, является проекцией его самого, он сам становится текстом: «Да, для того, чтобы начать б ы т ь в строках и строфах, надо перестать быть во времени и пространстве: имена говорят лишь о тех, которых нет».

Текст повествователя «теряется» за текстом города, становится его частью. Повествователь сливается с Москвой и повторно шифрует ее, но уже собственными знаками. Ракурс зрения нарратора настроен на восприятие знаков города. Москва, которая для героя соответствует всему миру, в то же время яв-

ляется и текстом, что коррелирует с эстетикой барокко, где за каждым предметом и явлением скрывается его символическое значение.

Несмотря на то, что герой прочитывает текст города, их диалог постоянно прерывается, возникает метастратегия диалогического разногласия. Дискурс города, создающий закон, по которому живут все безликие жители Москвы, присутствующие в тексте в виде «других», «такие же вот, как и я» и т. д., предопределяет и цензурирует жизнь в Москве.

Дискурс города программирует персонажей на «додумывание» и интерпретацию полученного сообщения, однако Москву невозможно понять до конца. Нельзя предугадать, как изменятся существующие надписи, стабильна только одна функция городских текстов: «они берут пустоту и одевают ее».

Исповедальная модальность дискурса проявляется в произведении, главным образом, на композиционном уровне. Повествователь отправляет свои письма получателю, строит свой монолог-исповедь. На возможные ответы адресата, указаний в письмах, кроме последнего, нет. Герой создает коммуникативную стратегию понимания, в этом цель его писем: «Это-то вы простите и поймете, милый друг, потому что вы... милый друг».

Написание каждого письма спровоцировано происшествием, связанным с «поисками» Москвы. Однако, модус согласия между городом и героем-повествователем отсутствует – воспринимающее сознание отчаянно пытается понять креативное, но в итоге не получает ничего, кроме мучительного уединения со словами. Таким образом, формируется стратегия провокации, характеризующаяся модальностью мнения, игровым взаимодействием с читателем, авантюрной картиной мира.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф.

*Г. А. Жиличева*

**У. С. Сагитова**

*(студентка 3 курс, направление «Издательское дело»,  
профиль «Книгоиздательское дело», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПРОБЛЕМА КЛАССИФИКАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ЛИТЕРАТУРНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ**

В работе указана актуальность темы, проблема устаревшей дефиниции термина. Приведены некоторые примеры классификаций литературных объединений.

*Ключевые слова:* литературные объединения, кружки, классификация.

В 21 веке обозначена такая общемировая проблема, как снижение интереса к чтению. Многие страны предпринимают попытки к борьбе с этой ситуацией и, судя по их опыту, видно, что ситуацию можно изменить к лучшему. Россия тоже активно пропагандирует чтение. Для этого, Российским книжным союзом и федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям была создана «Национальная программа поддержки и развития чтения». Главной ее задачей является укрепление библиотек, учебных заведений, культурных центров, составляющих инфраструктуру развития чтения и создание эффективного информационного обмена между ними.

Одним из важных элементов культурно-просветительских учреждений являются литературные объединения. В основу всех определений, которые имеются в информационных источниках, положено определение из литературной энциклопедии 1934 г.: «Литературные объединения – объединения писателей, в основе которых лежит единство политических и идеологических установок, но часто возникают объединения и более случайного порядка. Они облегчают обмен опытом между своими членами, способствуют опубликованию их литературной продукции, придают им особую кастовую замкнутость». Эта дефиниция морально устарела т.к. на данный момент главной функцией объединения является создание и публикация литературных произведений, а идеологические установки не имеют значения. Существует несколько классификаций литературных объединений. Официальный сайт «Литературный мир России» делит все объединения на «профессиональные писательские объединения»,

включающие в себя союзы писателей, литераторов, литературные дома и центры, «любительские писательские объединения», в которых есть клубы, объединения, студии, литературные гостиные, и «прочие объединения», с клубами и гостиными, не вошедшими в перечисленные группы по неизвестной причине. Литературная карта Новосибирска и Новосибирской области разделяет объединения по географическому признаку: Новосибирск, и отдельно Новосибирская область. Литературная карта Красноярского края классифицирует литературные объединения по районам и населенным пунктам.

Если следовать типологизации сайта «Литературный мир России», то можно увидеть градацию профессиональных организаций от «Международного Сообщества Писательских Союзов» до «Союза Российских писателей». Но в любительских организациях слишком много ответвлений (кружков, клубов, объединений, гостиных, центров), и все они должны четко разграничиваться. Географический признак, выбранный Красноярским краем и городом Новосибирском, тоже не несет необходимой информации о сообществе.

Каждый регион классифицирует свои организации по-разному, но ни в теории, ни в практике нет универсальной структуры, в которой было бы место для каждого литературного объединения.

Научный руководитель – канд. ист. наук, доц.  
*О. Н. Альшевская*

УДК 821.161.1-2

**М. В. Старкова**

*(магистрант 2 курса, направление «Филология», программа «Теория литературы», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЭКСТЕРЬЕРА В РОМАНЕ Ф.М.ДОСТОЕВСКОГО «ИДИОТ»**

Работа посвящена анализу экстерьера как составляющей визуальных приемов, реализованных в романе «Идиот». В тезисах представлен фрагмент анализа экстерьера, связанного с домом Парфена Рогожина (второй том романа).

*Ключевые слова:* экстерьер, интерьер, экфразис, визуальность, Достоевский.

Многие исследователи творчества и поэтики Ф. М. Достоевского отмечают, что писатель является одним из величайших новаторов в области художественной формы, создавших новый – полифонический – тип художественного мышления. Роман «Идиот» среди знаменитого пятикнижия многие относят к самым популярным произведениям Ф. М. Достоевского. Исследование «художественного кода» произведения также неоднократно становилось объектом литературоведческого анализа.

Для того чтобы расширить представления об эстетических и художественных особенностях романа Достоевского и одновременно проследить эту литературную традицию в настоящей статье обратимся ко II тому романа, где представлен экстерьер петербургской улицы и интерьер «дома потомственного почетного гражданина Рогожина», дом, в который князю Мышкину «так хотелось зайти».

Начиная свой творческий путь с перевода произведений О. Бальзака, Достоевский не мог не учитывать опыт французского писателя в описании интерьеров и городских экстерьеров. Следует отметить, что в «Евгении Гранде» «физиономия» дома предвосхищает основные события, развертывающиеся в фабуле текста, аналогичным образом дано описание пансиона Воке в романе «Отец Горио», где все происходящее заключено повествователем в условную раму художественного полотна. Вслед за Бальзаком, Достоевский пишет о *физиономии* дома Рогожина: «... Подходя к перекресту Гороховой и Садовой <...> один дом, вероятно по своей физиономии, еще издали стал привлекать его внимание, и князь помнил потом, что сказал себе: «Это, наверное, тот самый дом». С необыкновенным любопытством подходил он проверить свою догадку; он чувствовал, что ему почему-то будет особенно неприятно, если он угадал. Дом этот был большой, мрачный, в три этажа, без всякой архитектуры, цвета *грязно-зеленого* <...> Архитектурное сочетание линий имеют, конечно, свою тайну». Стоит отметить, что цветовая гамма, которую использует автор при описании жилого помещения, создает у читателя, смотрящего на происходящее глазами князя Мышкина, ощущение таинственности, мрачности. В этом описании заключена и имплицитная, редуцированная до упоминания ретроспекция, связанная с отношениями отца и сына (тирания отца далее проецируется на тираническую любовь с Настасьей Филипповной), и перспекция, связанная с трагической развязкой произведения.

Описание экстерьера и дома Рогожиных, предстает перед читателем антитезой внешнего «чистенького домика» Лебедевых «красивого на вид» и «очень

маленького и миленького садика, в котором благодаря хорошей погоде уже распустились все деревья».

Князь Мышкин говорит Парфену: «Твой дом имеет физиономию всего вашего семейства и всей вашей рогожинской жизни». В дальнейшем развитии романа дом будет показан с другой точки зрения, своеобразного антагониста Мышкина – Ипполита.

Сохраняя фокализацию, повествователь изменяет фокусируемый объект. «<...> Он отворил стеклянную дверь, которая шумно за ним захлопнулась и стал восходить по парадной лестнице во второй этаж. Лестница была темная, каменная, грубого устройства, а стены ее окрашены *красною* краской. Он знал, что Рогожин с матерью и братом занимает весь второй этаж этого скучного дома...». Входная «стеклянная» дверь, за которой находится парадная лестница, изображенная на фоне «красных» стен, одновременно реализует как материально-предметное, так и символическое значение. Красный цвет упоминается далее в описании «широкого сафьянного дивана» в большой комнате, что «очевидно служил Рогожину постелью».

Интерьер становится главным атрибутом характеризующим, объясняющим бытовую и общий культурный уклад героя. Отталкиваясь от традиций готического романа Достоевского, стоит сказать о том, что появляющиеся картины отца Рогожина в данном эпизоде демонстрирует нам своеобразную картину истории рода, память.

Таким образом, функциональное значение экстерьера выходит далеко за пределы описания: маркируя ретроспективный и проспективный план текста, экстерьер становится способом коммуникации с читателем, предвосхищая возможную реакцию и догадки моделируемого адресата.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*А. Е. Козлов*

**А. В. Туголукова, У. С. Алексеева, С. А. Пугачева**

*(студентки 1 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПОЭЗИЯ А. БАРТО В КОНТЕКСТЕ ИЗУЧЕНИЯ ДЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

Предметом анализа являются особенности творчества Агнии Барто, позволившие её произведениям остаться популярными в XXI веке.

*Ключевые слова:* детская литература, В. В. Маяковский, К. И. Чуковский, С. Я. Маршак, А. Л. Барто.

В современной детской литературе немного хороших произведений и талантливых авторов, способных заложить в сознании ребёнка понятия о доброте, честности и правде. Поэтому современным детским авторам стоит обращаться к произведениям русских детских классиков, чьи тексты на протяжении долгих лет не теряют своей популярности. Одним из таких классиков по праву считается Агния Львовна Барто. Её поэзия воспитала не одно поколение детей России, а также других государств, входивших в состав СССР. В XXI веке её стихотворения продолжают интересовать детскую аудиторию.

На творчество Агнии Львовны Барто оказали большое влияние В. В. Маяковский, К. И. Чуковский и С. Я. Маршак.

Встреча с В. В. Маяковским уверила Агнию Львовну Барто в желании посвятить свою поэзию именно детям. У него она переняла ассонансную рифму и ритмическую свободу стиха. Благодаря В. В. Маяковскому, заинтересовавшему Барто, поэтесса хорошо изучила сатиру. К. И. Чуковский, давая уроки мастерства поэтессе, научил её создавать мягкую лирическую интонацию в стихотворениях, позволяющую превращать сатиру в детский юмор. Также благодаря Чуковскому Барто полюбила детский фольклор. Наконец, цельностью и завершенностью стихотворения Барто обязана С. Я. Маршаку, научившему её тщательно отбирать слова и взыскательно смотреть на поэзию.

Поэзия Агнии Барто проста для детского восприятия. Но простота образов и языка достигалась поэтессой не обеднением языковых средств, а умением простыми словами добиться большой выразительности.

В книге «Записки детского поэта» Агния Львовна Барто утверждает, что детский поэт должен обладать «детскостью», то есть быть для ребёнка «своим» человеком, простым и понятным. Однако если детский автор будет обладать только таким качеством, то его произведения будут бедны и ограничены по содержанию и вторичны по литературной форме. Поэтесса считала, что поэт должен уметь видеть новое, воодушевляться им, привлекая жизненный материал при создании детской поэзии.

Значительную популярность приобрели стихи Барто о малышах и для малышей. Большинство стихотворений написаны в форме миниатюры, которая была разработана ещё в иллюстрированном еженедельнике XIX века.

Большое внимание поэтесса уделяет действиям героев, жизненным ситуациям («В школу», «В театре» и др.). Большинство сюжетных ситуаций взято из детства (детские игры, семья), многие связаны с отношением человека и животного («Бычок», «Дело было в январе...»). Примечательны и своеобразные «детские портреты», в которых отражен определенный тип ребенка («Непоседа», «Новичок» и др.) и показаны особенности детской речи. Ребёнок выражает свою мысль короткой фразой, в каждой строке короткое, часто нераспространенное предложение.

Главной чертой в изображении и детей, и общества в лирике Барто является глубокий психологизм. Живая индивидуальность персонажей в её стихах обобщена до легко узнаваемого типа, который зачастую определён уже в названии. Например, «Младший брат», «Болтунья», «Вовка – добрая душа», «Непоседа» и т.д. Множество стихов названы именами детей: «Машенька», «Машенька растёт», «Лялечка».

Барто писала стихотворения «на рост», чтобы ребёнок, взрослея, мог переосмысливать текст стихотворения. Её поэзия была обращена как к детям, так и к взрослым, что обеспечивало общность двух поколений. В психологической характеристике героев Барто выделены возрастные особенности, и «проблемные» черты». Стихи Барто имеют большое воспитательное значение. Агния Львовна иногда советует своим героям посмотреть на себя со стороны и заняться самовоспитанием.

В предвоенные годы она писала о счастливом детстве: «Дом переехал», «Верёвочка», где звучат мотивы мирной жизни, веселья. В стихотворении «Ве-

рёвочка» рассказывается о предвоенной Москве. Героиня этого стихотворения Лида – задорная, оптимистичная девочка.

В годы Великой Отечественной войны в центре её внимания – взросление молодого поколения. Например, в 1943 году Барто издаёт сборник «Подростки». После гибели Зои Космодемьянской, она пишет стихотворение «Партизанке Тане», посвящённое ей. Эту тему она продолжает в стихотворении, «У памятника Зое». Тема защиты детства от бед взрослого мира прозвучала в поэме о детском доме «Звенигород».

Обращаясь к антологии «Жизнь и творчество Агнии Барто», остановимся на нескольких оценках ее творчества. Так, по мнению Расула Гамзатова, «Из одного поэта Барто можно было бы сделать многих детских поэтов». К. Симонов писал об одной из книг Агнии Львовны самой поэтессе: «Ваша книга «Найти человека», по-моему, – чудесная книга, добрая, умная, благородная... в ней есть коллективный портрет множества людей, принявших участие в большом общественном деле. Эта книга – свидетельство высокого нравственного поведения сотен и тысяч людей... И в этом ее очень большое значение...» Все это может свидетельствовать о равнодушии и интересе не только детей, но и взрослых читателей к ее творчеству.

Таким образом, поэзия Барто не может потерять своей актуальности в XXI веке, так как является примером непрерывной кропотливой работы, наблюдательности и большого жизненного опыта, заключённого в простую форму детского стихотворения. В этом и заключается секрет неугасающего успеха детской поэзии Агнии Львовны Барто.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*А. Е. Козлов*

**М. С. Чашкина**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЛЕЙТМОТИВ САДА В РОМАНЕ М. А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»**

Мотив сада реализуется в тексте в различных семантических вариантах. В зависимости от сюжетного пласта он выступает как символ «старой и новой веры», символ души, символ приюта.

*Ключевые слова:* лейтмотив, лейтмотивная организация, Булгаков

Роман М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» организован по принципу лейтмотивного построения повествования. Это принцип, при котором один и тот же мотив проходит через всё произведение, но в каждом из сюжетных пластов он приобретает отчетливое индивидуальное воплощение.

В частности, сад неоднократно упоминается в романе, выступая как в своём непосредственном виде, так и с помощью ассоциативных образов (фонтан, деревья, скамейки, пруд).

В первом сюжетном пласте – история Иешуа Га-Ноцри и Понтия Пилата – мотив сада имеет два варианта: сад как символ устоявшихся порядков в данном городе, «храм старой веры», и сад как «храм новой истины», то, что проповедовал Иешуа. Так, Гефсиманский сад, «фиговый сад», упомянутый при описании первой встречи Левия Матвея и Иешуа, и сад, в который ведёт лунная дорога в конце романа, являются «храмом новой истины». А сад, расположенный рядом с дворцом Ирода Великого, – воплощение «храма старой веры». Усиливает данное различие тот факт, что звуки в саду при дворце издавались неживыми объектами (песня воды в фонтане), а в Гефсиманском саду – живыми (песня соловья). Это указывает на то, что сад «новой истины» настоящий, признанный Богом, а сад «старой веры» – искусственный, неправильный.

Следующий сюжетный пласт – события, происходящие в Москве. Здесь образ сада имеет два варианта воплощения: непосредственное изображение сада и улица, носящая производное от него название. Сад выступает как образ

души. Всё пространство разделено на то, где есть сад, где нет сада (психиатрическая больница) и пространство, не имеющее сада, но носящее производное от него название (Садовая улица). Таким образом, персонажи делятся на тех, кто имеет «чистую, непорочную душу» (проживающие вблизи сада), кто обладает индифферентной душой, не имеющей определенной направленности (лечебница), и тех, кто имеет душу формально, так как чувство милосердия и добра им чуждо (Садовая улица).

Последний сюжетный пласт – история Мастера и Маргариты. Здесь мотив сада нёсёт в себе значение приюта, вечной обители, куда можно ступить, лишь преодолев препятствия. Подвал Мастера, как и особняк Маргариты, находятся в саду. А в конце главные герои отправляются в место вечного покоя, где нет прямого указания на сад, но описывается виноград, цветущие вишни.

Таким образом, мотив сада реализуется в тексте в различных семантических вариантах. В зависимости от сюжетного пласта он выступает как символ «старой и новой веры», символ души, символ приюта.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Н. А. Муратова*

УДК 82

**Т. Г. Шестакова**

*(студент 4 курса «Педагогическое образование», профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО, «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ДВОЙНИЧЕСТВО В РОМАНЕ В. В. НАБОКОВА «ПРИГЛАШЕНИЕ НА КАЗНЬ»**

Предметом работы являются двойники в романе В. В. Набокова «Приглашение на казнь». Анализируется основная двойниковая пара: Цинциннат внутренний – Цинциннат внешний.

*Ключевые слова:* двойничество, дуальные модели, герои-маски, декорации, Набоков.

В романе Набокова «Приглашение на казнь» дуальные модели представляют особое значение потому, что помогают обнаружить две категории – «ложное» и «истинное». Наслоение «просвечивающих» личностей (за каждым героем-маской стоит такой же герой-маска) рождает мысль о двойниках. «Ложное» проявляется в неумении героев быть самостоятельными, отдельными субъектами: они скреплены не только идеей сходства и искусственности, но и категорической неспособностью на индивидуальность. На их фоне резко выделяется Цинциннат – герой цельный своим внутренним содержанием, осознающий себя и умеющий скрываться от декоративных наслоений существующего мира, но внешне незащищенный, болезненный и слабый. Двойственность Цинцинната проявляется также в том, как герой борется сам с собой на протяжении всего заточения в тюрьме (и, вероятно, всю свою жизнь): «добавочный», внутренний Цинциннат готов решительно сопротивляться окружающему безумию, тогда как внешний, плотский Цинциннат принимает правила игры и покорно ей следует.

Плотский Цинциннат оказывается более уязвимым, чем духовный. Он постоянно стремится запахнуть халат, надеть большее количество одежды, оболочки. Раздетый человек – незащищенный, «прозрачный». Одежда играет как роль маскировщика, так и спасителя. Она сохраняет мысли героя, помогает ему спрятаться от всего остального безумного мира.

Внутреннего, «добавочного» Цинцинната герой тщательно прячет. Его невидимый двойник, который пугал детей в детском саду, когда он был маленький, во взрослые годы – коллег, а потом и тюремную свиту во главе с Родригом Ивановичем, директором сего заведения, остается единственным подлинным явлением в созданной мнимой реальности. Цинциннат «плотский» постоянно подвергает себя строгому контролю, с годами это вошло у него в привычку, но Цинциннат «добавочный» кричит, проявляет слабость, буйствует, плачет, негодует, он позволяет себе все то, от чего так долго бежит его заметный двойник: «...Цинциннат не сгреб пестрых газет в ком, не швырнул, – как сделал его призрак (призрак, сопровождающий каждого из нас – и тебя, и меня, и вот его, – делающий то, чего в данное мгновение хотелось бы сделать, а нельзя...). Цинциннат спокойненько отложил газеты и допил шоколад». «Плотский» Цинциннат не имеет права быть собой, он вынужден подстраиваться под внешний декоративный мир. Он научился следовать правилам этого пространства. «Добавочный» же Цинциннат, так долго томящийся в ожидании, на протяжении всего романа словно набирает силу, его недовольство, его протест выражаются все

чаще: «Я покоряюсь вам, – призраки, оборотни, пародии. Я покоряюсь вам... и другой Цинциннат истерически затопал...». И, в конце концов, он будет вознагражден, потому что его сила способна сломать тонкие, возведенные декораторами стены.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф.  
*Г. А. Жиличева*

УДК 741.5(038)

**И. О. Щербина**

*(студент 4 курс, направление «Издательское дело»,  
профиль «Книгоиздательское дело», Институт филологии, массовой  
информации и психологи, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЯПОНСКАЯ МАНГА И АМЕРИКАНСКИЙ КОМИКС: ИСТОРИЯ И РАЗВИТИЕ**

Представлена краткая история создания и развития японской манги и американского комикса. Описывается влияние на их структуру, оказанное запросами общества.

*Ключевые слова:* японская манга, комикс.

По распространенному мнению ученых, манга зародилась в Японии в 710-794 гг. (эпоха Нара), окончательно оформилась в 794-1185 гг. (эпоха Хэйан) и достигла наивысшего этапа развития в 1603-1867 гг. (эпоха Эдо). Мнения об истоках японской манги расходятся. Исследователи связывают мангу с лубочными картинками периода Яёй, со средневековыми свитками-картинками *эмаки*, гравюрами *укиё-э* и, наконец, со средневековыми книжками в картинках *э-хон* (в частности, «желтые картинки» *кибёси*).

Кинематографический эффект манги, изображение развертывающегося пейзажа выявляет особенность прародителя манги – «картин-свитков» – их горизонтальную протяженность. На этапе свитковой живописи *эмаки* рисунки располагаются друг за другом по горизонтали, предшественники мангак (мангака – человек, создающий мангу, является и иллюстратором и сценаристом) создавали эффект движения рисунка – идея в строгой последовательности чте-

ния – справа-налево, сверху-вниз. Названием «манга» современный японский комикс обязан иллюстратору *э-хон* Кацусика Хокусай, выпустившему серию сборников картинок с сюжетом под названием «**Манга**» (1814 г.).

Современный вид манга стала приобретать благодаря культуре Европы и Америки – жанр комикса пришел в Японию именно из Европы. Последним этапом становления современной манги можно считать период после Второй мировой войны – из-за влияния американских комиксов. В манге закрепляются стандарты, характерные для комикса: раскадровка рисунка, фиксация звуков, а также заключение текста в рисунок при помощи облака «баббл». Мангака Тэдзука Осама (1928-1989 гг.) привнес в развитие жанра такие черты как, например, большие глаза персонажей, кинематографические ракурсы, крупные планы, сцена в нескольких рисунках, подчеркнутые фазы движения, «звуковые эффекты».

Историю развития американского комикса исследователь А. Аза Бергер разбивает на три этапа: 1) эпоха наивности (с начала XX в. до 1920 г.); 2) эпоха современного комикса (1920-1960 гг.); 3) эпоха замешательства (1960 г. – до наших дней).

Комиксы должны были противопоставить себя «большой» литературе, используя естественный язык как основу коммуникации. Уже в XIX в. они нуждались в уникальной семиотической системе, отличающей ее от литературы, но лишь в конце XIX – начале XX в. комиксовая семиотическая система вообрала в себя базу знаков и подходов к ее декодированию.

Несмотря на технологическое несовершенство, комикс успешно соперничал с такими средствами массовой информации, как телевидение, радио, интернет. Основным фактором послужило социальное ориентирование на массовое сознание. Комикс упрощен для чтения и усвоения содержания и сейчас воспринимается как вечно молодой жанр. Однако комикс всегда соответствует запросам общества, создавая систему не успевающих состариться образов.

Для комикса и манги существуют следующие требования семиотической системы: доступность знака (легкость его воспроизведения, прочтения, запоминания); визуальность знака (процесс, характерный для американского комикса, обусловивший превалирующее большинство графически мотивированных знаков).

Комикс из-за упрощения семиотической системы способствовал инфантилизации сознания общества. В частности, это отразилось на отборе большого количества детских знаков, а также на восприятии ответственности, что повли-

яло на искажение отображения действительности в комиксах (например, герой не умирает после смертельного удара, полученного в драке, а наоборот, Волне бодр и способен выдавать пафосные речи).

Научный руководитель – канд. ист. наук, доц.

*О. Н. Альшевская*

УДК 821.161.1-2

**А. А. Шибкова**

*(магистрант I курса, направление «Филология», программа «История и теория литературы», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЖЕЛТКОВ КАК ВЕРТЕР: К ВОПРОСУ О ЗАИМСТВОВАНИЯХ В ПОВЕСТИ А.И. КУПРИНА «ГРАНАТОВЫЙ БРАСЛЕТ»**

Работа посвящена специфике изображения образа кардинала Ришелье в пьесе Виктора Гюго «Марион Делорм». Проанализированы диалоги и монологи героев, отражающие особенности положения кардинала на сцене. Также прослеживается авторская установка на максимально точное изображение исторической личности Ришелье.

*Ключевые слова:* экстерьер, интерьер, экфразис, визуальность, Достоевский

Повесть «Гранатовый браслет» А. И. Куприна впервые была опубликована в альманахе «Земля» в 1911 году. Критики и современники восприняли сюжет произведения как оригинальный; вопрос о заимствованиях в сюжете повести не ставился.

В то же время сюжет текста обнаруживает функционирование периферийных и ядерных мотивов романа Гёте «Страдания юного Вертера»: отвергнутая любовь, письма героя (включая личное письмо), духовное родство героя и его возлюбленной. Развязка – самоубийство героя, добровольно расстающегося с жизнью – также заставляет вспомнить «мятежного мученика» Вертера.

Актуализация в повести вертеровых мотивов может быть вызвана появлением в конце XIX века двух новых переводов романа. Поколение интеллигенции, русского декаданса, с глубоким пессимизмом смотревшее в будущее,

увидело в образе Вертера «мирового скорбника». Такая символическая и аллегорическая знаковость в рецепции Гете и его героя в русской культуре указывает на то, что, по замечанию Д. В. Лобачевой, «воплощенный им образ немецкого характера воспринимался в его мировой, межнациональной сопричастности и отзывчивости».

Поскольку в повести нет прямого указания на роман Гете, можно предположить, что интертекстуальное поле повести А. И. Куприна – это результат неосознанного литературного заимствования. Известно, что оно характеризуется «использованием писателем единичных сюжетов, мотивов, текстовых фрагментов и речевых оборотов...» (В. Е. Хализев).

В то же время принципиально отличается композиция и архитектурное построение повести. Гётевский сюжет исполнен в иной тональности, он получает «интуитивную музыкальность», что дает основание А. А. Волкову называть текст повести «стихотворением в прозе».

Как пишет Л. В. Рассказова: «Блеск и сияние светской жизни выражены в первой части сонаты – *allegro vivace*. Жизнь манит своими обольщениями, сердце отзывается мечтой о счастье, но контрапунктом проходит тревожная мелодия, предупреждающая о недолговечности мечты. Таково и начало рассказа Куприна». Вторая часть, именно та, которую использует Куприн, – шедевр раннего Бетховена. Главная тема, переданная в мерных, сдержанных, но неумолимых, неотступных, как судьба, скорбных аккордах является стержнем всей части, вокруг которой обвивается звучная, насыщенная теплотой и сдержанной трагедией напевная мелодия, ассоциирующаяся то с ласковой речью, то с трагическим монологом. Вспомним внутренний монолог княгини Веры в самом конце рассказа и последнее письмо к ней Желткова. Однако эта готовая прорваться трагедия не получает дальнейшего развития в сонате. Третья часть, блестящее и виртуозное скерцо *allegretto*, является разительным контрастом ко второй. В финале Бетховен, показав в первой и второй части богатство и требовательность своего эмоционального мира, своих этических идей, как бы прячет всё это под покровом светского блеска, салонного изящества. Не случайно Куприным выбрана драматическая вторая часть второй сонаты, из которой нет выхода. И в «Гранатовом браслете» любовь Желткова, действительно, проходит мимо главной героини, ничем не заканчиваясь, никуда не развиваясь и не преобразуясь. Завершая свои Наблюдения, Л. В. Рассказова замечает: «Вера смутно почувствовала эту трагедию, но всё опять вернулось к светским обязанностям, к милому и приятному Васе Шеину».

Все вышесказанное является не только доказательством «активности» интертекстуального поля романа И. В. Гете, но и демонстрирует способы создания «музыкальности» исходной темы в повести А. И. Куприна.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*А. Е. Козлов*

УДК 821.161.1

**А. П. Фартышева**

*(студент 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ ОГЛАВЛЕНИЯ РОМАНА Т. ТОЛСТОЙ «КЫСЬ»**

Работа посвящена композиционным особенностям романа Т. Толстой. Анализируется семантика и функции оглавления в повествовательной структуре романа.

*Ключевые слова:* Т. Толстая, композиция, оглавление, славянская азбука.

Одной из важнейших особенностей композиционного строения романа Т. Толстой является его оглавление. Оглавление в романе представляет собой не пронумерованную систему глав и частей, а названия букв древнеславянской азбуки в алфавитном порядке.

Славянская азбука – это книга, которая содержит в себе буквы, используемые славянскими народами. Каждая буква имеет свое имя, несущее определенный смысл. В названии букв были использованы слова, имеющие особое значение для людей: аз (я), буки (буквы), веди (знать), глаголь (говори) и т. д. Таким образом, во время создания славянской письменности алфавит был своеобразной азбукой жизни.

Используя алфавит в качестве основы внешнего строения романа, Т. Толстая следует традиционному принципу отношения к азбуке. Оглавление в «Кыси» символизирует значение самой важной книги, которую так упорно искал главный герой произведения Бенедикт.

Почти каждая буква имеет перевод в современном русском языке, многие из которых напрямую соотносятся с содержанием глав романа «Кысь».

Известно, что «Аз» в переводе со старославянского означает личное местоимение «я». Вероятно, что первую главу можно интерпретировать как «я» повествователя в этом мире или «я» героя, или их обоих.

Во второй главе с названием «Буки» и значением на русском языке «буквы» повествуется о буквах, об образовании и профессии Бенедикта. Т. Толстая использует рекурсию – в книге с алфавитным оглавлением пишет о том же алфавите следующее: «выучил Бенедикт азбуку, али, по-научному, алфавит, накрепко, – это просто: А, Б, В, Г, Д, Е, можно и Ё, Ж, З, И, Й, К, Л, М, Н, О, П, Р, С <...> - а еще, конечно, наука всякой букве научное название дает: «люди», а то «живете», а то «червь».

Глава «Веди» со значением «знать» повествует о невежестве «голубчиков», их нежелании думать и размышлять (так называемое проявление своеволия, которого очень сильно боятся «голубчики»).

Глава «Глаголь» в переводе на русский язык означает «говори». В ней повествуется о поверьях, убеждениях, заговорах и ритуалах среди «голубчиков». Прослеживается ироничное отношение автора к ритуалам и заговорам: «ну, тут заговор нужен покрепше, чтоб держалось. Три раза дунуть, да три раза плюнуть, да на одну ногу встать, да с ней и стоять, а рукой-то за вторую ногу ухватить и так ее и держать, ни боже мой не падать».

Таким образом, контрастное соотношение изображенной по законам антиутопии жизни с традиционным смыслом букв русского алфавита, позволяет автору показать абсурдность изображаемого мира.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф.

*Г. А. Жиличева*

# СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫСКАЗЫВАНИЯ. АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ТЕКСТОВ РАЗНЫХ ЖАНРОВ

---

УДК 811.161.1'37

**А. А. Бударная**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## ОЙКОНИМЫ БОЛОТНИНСКОГО РАЙОНА

Работа посвящена исследованию ойконимов Болотнинского района. Выделены группы ойконимов на основании способа образования.

*Ключевые слова:* ойконим, региональная топонимика, принципы номинации.

Ойконимия любого региона – это сложное явление, анализ которого представляет определенные трудности и предполагает различные пути исследования в зависимости от специфики материала и поставленных задач. Известный советский лингвист А. М. Селищев в своей работе «Из старой и новой топонимики» предложил классификацию русских названий в зависимости от принципа номинации: 1) происходящие от имен людей и их прозвищ; 2) от названий людей по роду деятельности; 3) по социально-имущественному признаку и по положению; 4) связанные с администрацией и властью; 5) отражающие этнический характер населения; 6) отражающие специфику ландшафта и особенности застройки населенных мест; 7) с абстрактным значением.

В работе были изучены ойконимы Болотнинского района. Принципы номинации многих из них были объяснены, с историей возникновения некоторых названий населенных пунктов ещё предстоит серьёзная работа.

Проанализировав названия населенных пунктов Болотнинского района, мы выделили четыре основные тематические группы ойконимов.

Одной из самых больших групп являются **отантропонимические ойконимы**. К ним относятся следующие наименования: город *Болотное* (по одной

из версий), деревни *Баратаевка, Сабановка, Елфимово, Варламово, Турнаево* (по одной из версий), *Егоровка, Киселевка, Чахлово, Зудово, Козловка, Киряково, Кругликово, Корнилово, Старобибеево, Новобибеево*. Названия этих населённых пунктов связаны с именами основателей. Именем выдающегося исторического и общественного деятеля названа лишь деревня *Имени Тельмана*. Названия еще четырех населенных пунктов (*Киевка, Витебск, Эстонка и Сибиряк*) отражают территориальную принадлежность первых жителей.

Следующая большая группа ойконимов – это те названия, которые **связаны с природой и географическими особенностями местности**. Так, девять ойконимов получили названия по водоёмам, расположенным вблизи населённых пунктов: *Болотное* (по одной из версий), *Большая Черная, Кривояш, Терск, Лебяжье, Кунчурук, Ояш, Новая Чебула, Кандереп*. Тринадцать ойконимов отражают особенности ландшафта: *Большеречка* (близко к реке), *Бор* (возле густого бора), *Верхний Елбак* и *Старый Елбак* (елбак – болото), *Малиновка, Березовка, Правососновка, Кустово, Камень, Светлая Поляна, Усть-Тула, Зеленая Горка, Таганай*. Село *Байкал* получило свое название, когда один из переселенцев сравнил водоем с озером Байкал. Название села *Дивинка* свидетельствует о необычности и красоте того места, где оно находится.

Ещё одна группа ойконимов (самая малочисленная) связана с «**советонимами**», т.е. с названиями, появившимися и образовавшимися во время зарождения и расцвета советской власти и советского государства. Так, деревня, которая раньше носила название *Бутырка*, в свое время была названа *Краснознаменка* (деревню населяли высланные с родных мест поволжские немцы). В результате политики разукрупнения совхоза «*Чебулинский*» получила свое название деревня *Новоселье*.

В результате нашего исследования было выяснено, что три населенных пункта получили свое название по фамилии большинства жителей – «**фамильные**» **ойконимы**: *Александровка, Мануйлово, Таскаево*. По одной из версий, в деревне *Турнаево* тоже проживало большинство жителей по фамилии Турнаевы.

В целом наблюдения над ойконимией показали, что в ней отражаются исторические и социально-культурные факты развития края. Идеологического воздействия на топонимию района практически не было.

Огромное сожаление вызывает тот факт, что число сел и деревень не только в нашем районе, но и во всей России сокращается. А вместе с населенными пунктами уходят и названия. Конечно, мы не в силах остановить процесс

исчезновения деревень. Но сохранить в памяти человеческой звучные названия, не дать кануть им в безвестность – задача трудная, но выполнимая.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Храмова*

УДК 81.366

**К. И. Ветрова**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **НОМИНАЦИИ ЧЕЛОВЕКА В СОВРЕМЕННОМ МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ**

В работе представлено исследование молодежного сленга с точки зрения существующих в нем номинаций человека. Сленгизмы распределяются в группы по способам словообразования. Делается вывод о самых распространенных способах образования номинаций в современном сленге молодежи.

*Ключевые слова:* сленг, молодежный современный сленг, номинации человека, способы словообразования.

Сленг – это общепризнанная разговорная лексика, не принадлежащая к какой-то социальной группе; особая исторически сложившаяся подсистема русского языка.

Сленг характеризуется размытостью границ, одни и те же слова попадают в разные группы, как литературные слова, арго, профессионализмы, диалектизмы и, соответственно, в сленгизмы. Поэтому вычленить именно сленгизмы очень трудно.

Современный молодежный сленг образовался в конце 90-х прошлого века под влиянием политико-общественных условий в стране.

В молодежном сленге можно выделить такие общеустановленные лексико-семантические группы: «Стремления, желания», «Одежда», «Внешний вид», «Деньги», «Обман», «Пьянство», «Наркотики», «Физиологические процессы,

естественные отправления человека», самой большой по объему является лексико-семантическая группа «Человек».

Наиболее продуктивными приемами пополнения современного сленга молодежи являются: заимствование из иностранных языков, аффиксация, полисемия, заимствование из воровского жаргона, аббревиация, переносное, метафорическое употребление литературных слов и выражений.

Поскольку необходимо понимать значимость различий между этими способами, приведем примеры исследования в таблице.

Способ образования	Сленговая единица	Перевод на литературный язык	Как образовано:
Заимствование из иностранных языков	<i>Геймер</i>	Человек, играющий в компьютерные игры.	От англ. Game - игра
Аффиксация	<i>Выпендрожник</i>	Человек, который ведёт себя неестественно, хвастается чем-л., позёр.	От основы выпендр- + суффикс -еж- и -ник-
Полисемия	<i>Баклан</i>	1. Туповатый подросток; 2. дурак; 3. отрицательный тип; 4. тот, кто занимается очернением других, наговорами; клеветник. 5. Солдат осеннего призыва; 6. Всегда голодный матрос.	
Заимствование из воровского жаргона	<i>Стукач</i>	1. Ябеда, доносчик, предатель; 2. человек, перекалывающий ответственность за свои поступки на других; радист.	От воровского аргослова «стукач»: осведомитель.
Аббревиация	<i>МЧ</i>	Молодой человек.	Буквенная аббревиатура
Метафорическое употребление	<i>Бомба</i>	Привлекательная девушка	Перенос свойств бомбы – большой взрыв.

Таким образом, в ходе работы обнаружилось, что слова, которые могут быть отнесены одновременно к нескольким категориям. Самое большое количество слов, номинирующих человека, образовано способом аффиксации, а именно суффиксации, и способом метафорического переноса.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
О. А. Ружа

**О. И. Галушко**

*(магистрант 1 курса, направление «Филология», магистерская программа «Русский язык как иностранный», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **РУССКИЕ ИСТОРИЗМЫ В КАЗАХСТАНСКИХ УЧЕБНИКАХ ВСЕМИРНОЙ ИСТОРИИ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ**

В работе рассматриваются устаревшие слова русского языка, представленные в учебниках по всемирной истории, используемых в школах Казахстана.

*Ключевые слова:* устаревшая лексика, учебник истории, тесты по истории, словарная помета.

Многие лексические единицы, используемые в русскоязычных учебниках истории для школьников Казахстана, могут быть отнесены к устаревшей лексике не только на основании специальных словарных помет, указывающих на принадлежность её к пассивному запасу. Маркерами архаичности могут выступать слова и словосочетания, представленные собственно в зоне толкования значения, так как они указывают на принадлежность толкуемой, описываемой реалии к прошлому:

- цифровое обозначение времени (век, год) распространения описываемой реалии (*XV - начало XVIII в.; 15 – начало 18 вв.; 1565 -1572 гг. и т. п.*);
- указание на историческую эпоху (*феодальный правитель; в дворянском обществе; при крепостном праве; средневековая Русь; допетровская Русь; Киевская Русь; в дореволюционной России; при Иване IV; в царской армии; при первобытнообщинном строе*);
- лексемы *древний, старинный*, относящие описываемые реалии к далекому прошлому (*древняя Русь; древнее племя; древнерусское право; старинное оружие*).

Анализ опубликованных тестовых материалов, тренировочных заданий (всего 67 учебных пособий) показал, что в разделах по истории России применяется устаревшая лексика, которая составляет 39 % от общего числа историзмов, выявленных в Учебнике всемирной истории для 7 класса (разделы, посвященные истории России до 1917 г.), что позволяет отнести эту лексику к обяза-

тельному лексическому минимуму, подлежащему обязательному усвоению при изучении истории России, составляющему понятийное ядро терминосистемы изучаемого учебного предмета.

Чаще всего использовались историзмы *Земский собор* – 5, *опричнина* – 5, *феодал* – 5. Устаревшие слова были употреблены как в вариантах ответов (в том числе неверных) заданий закрытого типа – 28 лексем; так и в формулировках заданий открытого и закрытого типа – 13 лексем. Например:

Период ...носит название (*опричнина, смутное время*)

Форма *феодальной повинности*, когда крестьянин работает собственным инвентарем... (*барщина*)

*Феод* – это... (*надел*)

Документы, найденные в монастырях, где записывали ежедневные события ...(*летопись*)

В памятниках русской культуры <...> описываются ...(*половцы, хазары, древляне*)

Мелкий *феодал* – это...

Московское *княжество* присоединило...

После смерти царя Федора *Земский собор*...

Киевский *князь*, автор «Поучения детям» ...

Кроме того, в тестовых заданиях могут быть представлены историзмы, не зафиксированные в учебнике, например: *Большую роль в управлении Новгородом играло ... (Вече (НЕТ В УЧЕБНИКЕ!), Боярская дума, Земский собор)*.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
О. А. Новоселова

**О. А. Валова**

*(магистрант 2 курса, направление «Филология», магистерская программа «Русский язык как иностранный», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОБРАЗЫ ГЛУПОГО И УМНОГО ЧЕЛОВЕКА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ (на материале русских фразеологизмов)**

В работе отмечаются некоторые особенности фразеологизмов, характеризующих интеллектуальные способности человека.

*Ключевые слова:* фразеологизм, интеллектуальные характеристики человека, образ глупого человека, образ умного человека.

Интеллектуальная сфера – важнейшая в жизнедеятельности человека, образующая наряду с эмоциями ядро личности. Фразеологические единицы (ФЕ) наиболее ярко отражают образы, возникающие в сознании человека.

Нами были исключены те ФЕ, которые в словаре маркированы как устаревшие, бранные и грубо-просторечные, а также не частотные в современном дискурсе.

Большинство ФЕ со значением «интеллектуальные способности человека» принадлежит разговорно-бытовому стилю. Основное назначение – выражение субъективной оценки, отношения говорящего к человеку. Все ФЕ подгруппы «человек глупый» отрицательно-оценочные, а ФЕ с семантикой «человек умный» – положительно-оценочные.

ФЕ со значением «человек глупый» отражают умственные способности человека, который либо не отличается сообразительностью, умом, либо не может что-либо понять, в чем-либо разобраться. ФЕ со значением «человек умный» – умственные способности человека, обладающего умом, разумного, рассудительного, смышлёного, рассуждающего здраво. Выделяются следующие компоненты в семантике слов *глупость* и *непонятливость*: ‘глупый поступок, глупое слово’, ‘несообразительность’, ‘бестолковость’, ‘ограниченность ума’, ‘неспособность понимать’; в семантике слов *ум* и *разумность* – ‘способность мыслить’, ‘разумная деятельность’, ‘здраво мыслящий’.

ФЕ группы «человек глупый» можно поделить на типы, опираясь на особенности лексических компонентов, входящих в их состав. В составе одних есть компонент *голова* (*башка*) – часть тела, состоящая из черепа с мозгом, из мышц, покровов с волосами и пр.; или компоненты *мозг*, *ум*, *лоб*. Головной мозг – то, что отвечает за мысли, речь, действия человека; в нём заложены интеллектуальные потенции человека. Голова – образно «вместилище» ума. Лоб – часть головы. Лобная доля отвечает за интеллект. Поэтому в ФЕ, характеризующих глупого человека, не может не быть упоминания головы, мозга, лба или высмеивания отсутствия ума, например: *пустая голова [башка]*, *мякинная голова [башка]*, *голова два уха*, *голова еловая*, *мозги набекрень у кого*, *цыплячьи (куриные) мозги у кого*, *медный лоб*, *от [с] большого ума* и т.п.

Другие ФЕ имеют компонент *пень* (*чурка*, *балбешка* и др.), обозначающий часть дерева, неживого, то есть бесчувственного, не подающего признаков жизни. Также сюда можно отнести и компоненты *пробка*, *солома* и *мякина*, как относящиеся к неживой флоре. На этом строится параллель: глупый человек – несообразующий, бесчувственный к шуткам, ограниченного ума и т.д., например: *стоять (сидеть) как пень пнем*, *глуп(-а) как пробка*, *голова мяжиной набита у кого*, *мешок с соломой* и т.п.

У третьих в составе есть компоненты *дурак* (*ванька*) и однокоренные. Они характеризуют человека, намеренно выставляющего себя глупым или оказавшегося в глупом положении, например: *разыгрывать дурака (дуру)*, *валять дурака*, *строить дурочку*, *в дураках*, *дурак дураком* и т.п. Некоторые ФЕ по своему лексическому составу могут относиться к разным типам, так как включают одновременно выделенные компоненты, например: *дурь в голову ударила кому*, *голова соломой набита у кого*, *мякинная голова [башка]* и т. п.

Практически все фразеологизмы группы «человек умный» имеют в своём составе лексический компонент *голова* (*лоб*) или *ум* (*разум*), например: *голова варит у кого*, *светлая голова*, *семи пядей во лбу*, *с умом*, *набраться ума-разума*, *с головой* и т. п. Из этого следует, что при образной характеристике умного человека русский человек акцентирует внимание на наличие головы и ее содержимого – ума. В данной подгруппе ФЕ «человек умный» не наблюдается разнообразия образов, ассоциаций. Характеристика глупого человека, напротив, отличается «бурной фантазией». Он сравнивается и с ослом, и с чуркой (пнем), напрямую именуется дураком, и мозги у него не на месте, или вовсе нет головы (мозгов). Что касается картины мира русского человека, то можно утверждать, что здравомыслящие люди практически неинтересны, так как соответствуют

нормативным представлением в социуме, а люди, ограниченные, неспособные трезво рассуждать, обращают на себя внимание, вызывают отрицательные эмоции, находящие образное воплощение.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*О. А. Новоселова*

УДК 882.09

**М. Д. Зацепина**

*(студент 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОБРАЗ УЧИТЕЛЯ В ШКОЛЬНОМ АНЕКДОТЕ (ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

В работе проанализированы подходы к описанию структуры языковой личности, а также языковая личность учителя на материале современных анекдотов, выявлены наиболее часто встречающиеся качества.

*Ключевые слова:* языковая личность, уровни языковой личности, структура языковой личности, учитель, анекдот.

Первые упоминания о языковой личности (далее – ЯЛ) относятся к 1927 году (Й. Л. Вайсбергер), затем в 1930 году этот термин употребляет В. В. Виноградов, не раскрывая его значения. Ю. Н. Караулов считает, что в понимании ЯЛ следует «исходить из понимания современной наукой личности вообще». В своей книге «Русский язык и языковая личность» он дает такое определение: «...Языковая личность есть личность, выраженная в языке (текстах) и через язык, есть личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств».

Самый систематичный подход к описанию структуры ЯЛ мы находим также у Ю. Н. Караулова. Исследователем представлены 3 уровня, на которых рассматривается ЯЛ: вербально-семантический; когнитивный; мотивационный.

Существует множество различных анекдотов про учителей. Они различаются по предметам, но структура их довольно простая, обычно анекдот состоит из вопроса учителя и ответа ученика. В большинстве случаев имеется прямая либо косвенная речь учителя, которую мы подвергли анализу.

Агрессивность учителя по отношению к ученикам – одно из наиболее часто встречающихся качеств. Например:

*– Пап, пап, меня учитель в школе научил до пяти считать. – А ну, покажи! – Один, два, три, неужели это так трудно, баран (бьет себя по голове), четыре, пять!!!*

Слово *баран* является оценочным по отношению к ученику и передает агрессивность учителя, направленную на него, что также подкрепляется действием (указано в скобках).

*"Каждой твари по паре!", – в гневе закричала учительница и открыла журнал.*

Выражение *каждой твари по паре*, являющееся в языке устойчивым, используется в данном контексте в бытовом смысле, имеющим ругательное значение. В нем слово *тварь* является номинацией адресата – ругательство, а *пара* – название отметки, вновь ситуация связана с оцениванием деятельности ученика. Учитель находится в гневе, поэтому нарушает общепринятые нормы поведения педагога на уроке и использует оценочную лексику.

Сарказм также встречается в анекдотах довольно часто.

*– А вы не считаете, что у моего сына много оригинальных идей? – спрашивает мать учительницу. – Да, особенно в орфографии.*

Выражение *особенно в орфографии* содержит коннотативный компонент, ярко и лаконично передает тонкий сарказм учителя, коннотат информирует нас о его мнении об ученике, как о неспособном усвоить правила орфографии русского языка.

*Отец Вовочки на родительском собрании: – Ну что ж поделаешь, Вовочке в одно ухо влетело, в другое вылетело... Учитель физики со своего места: – Ошибаетесь, звук в вакууме не распространяется...*

Последняя фраза анекдота является ярким образцом оценочного высказывания, демонстрирующей сарказм учителя по отношению к ученику.

Анализ языка учителя и контекстного материала позволил выявить следующие качества учителя, актуализированные в анекдоте: *агрессивность, стержность, глупость, педантизм, чувство юмора, проявления сарказма* и других. Наиболее часто встречаются *агрессивность* и *стержность*. Можно предполо-

жить, что в школьной жизни процент таких ЯЛ довольно велик, иначе бы эти качества не стали бы предметом анекдотов, которые, как известно, являются отражением жизни.

Научный руководитель – канд. филол. наук

*О. А. Ружа*

УДК 811.161.1'37

**А. М. Каманина**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **«СОВЕТСКОЕ» В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ И ЯЗЫКОВОМ ПОРТРЕТЕ СОВРЕМЕННОСТИ**

Работа посвящена анализу слов-советизмов и их значимости в современном лексиконе. Рассматриваются такие явления, как возвращение устаревших слов в лексический запас и «советское» в современном обществе.

*Ключевые слова:* архаизм, советизм, актуализация, лексический запас.

Актуализация *слов-советизмов* – это шаг навстречу широкому и более развитому лексикону современного человека. Но для того, чтобы грамотно вносить архаизмы в свою речь, нужно проанализировать целесообразность употребления слова или выражения, а также четко понимать лексическое значение употребляемых слов. Возвращение в лексикон устаревших слов ведет за собой изменение структуры общения в любой коммуникативной среде. В первую очередь меняется стиль и характер общения. К тому же заимствование архаизмов в собственную речь показывает интеллектуальную подготовленность собеседника, его научный кругозор. На самом деле, мы редко можем услышать какие-либо советизмы в повседневном диалоге, если это не маркетинговые переговоры и не политические дебаты. Их использование не является лучшим способом для достижения коммуникативного успеха в диалоге. Речевой и лексический за-

пас молодежи не всегда влечет за собой знание советизмов. Но при этом в разговоре можно услышать некоторые устойчивые выражения.

Наибольшее сосредоточение советизмов находится именно в текстах массовой культуры. Нередки такие явления, как маркетинговые ходы с опорой на советские времена и стандарты, «советские» заголовки на страницах газет. От чего это происходит, и какие цели преследуют создатели подобных проектов? Всё чаще и чаще мы можем встретить «советское» в названиях товаров на полках магазинов, на плакатах и стендах.

Основная часть советизмов сосредоточена в названиях продуктов питания. Например, такие названия, как мороженое «48 копеек», «СССР», кондитерские изделия «Вкус из детства» и т. п. В большинстве случаев на упаковке изображены символы советского времени; крупным шрифтом на видном месте выделена аббревиатура «ГОСТ»; даты указывают на существование продукции еще во времена СССР (например, «ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА С 1956 ГОДА»). Производители товаров используют советизмы как позитивно-оценочные номинации, однако это часто приводит к противоположному эффекту. Покупатель «разгадывает» замысел производителя товара, и название не выполняет предназначенную ему функцию – появляются негативные коннотации, ср.: *Потому что продавался в Советском Союзе такой пломбир, самый дорогой и вкусный, ценой ровно 48 копеек за брикет весом в четверть килограмма. Вот маркетологи из совсем несоветской и даже нероссийской компании "Нестле" и подсуетились – «подобрали» имечко своему, совсем не советского стопроцентно натурального состава, мороженому, чтобы поиграть на ностальгии людей среднего и старшего возраста по своему детству и юности, по беззаботному "застойному" прошлому.*

Советизмы затрагивают не только сферу продаж, но и область средств массовой информации. Огромное количество «советского» возвращается в современный мир: встречается множество заголовков статей, названий газет. Например: «*Советский спорт*», «*Советская Россия*», «*Красный Октябрь*», информационный портал «*Красное знамя*» и т.п. На рекламных баннерах и вывесках можно обнаружить надписи «*Как тогда!*», «*Советская аптека – в наших аптеках цены на лекарства регулирует государство!*». Появляются фильмы, сериалы, передачи о советской эпохе, например: «*Восьмидесятые*», «*Рожденные в СССР*», «*Манекенищица*» и др.

На просторах интернет-коммуникации, средств массовой информации, кинематографа у читателей, зрителей, с одной стороны, возникает доверие к со-

ветским явлениям, из-за чего и происходит актуализация советизмов. Можно сделать вывод о том, что «советское» в современном понимании выступает как некий гарант качества и истинно надежное явление. С другой стороны, существует и обратная сторона такого приема, как возвращение советизмов – языковая игра с советскими названиями, спекуляция «советскостью», «игры в прошлое» приводят к появлению негативных стереотипов и могут наскучить современникам.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Храмова*

УДК 811.161.1'37

**Е. В. Катунина**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **АМБИВАЛЕНТНОСТЬ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА «ШКОЛА»: ВОЗРАСТНОЙ АСПЕКТ**

Работа посвящена изучению понятия *школа* в русской языковой картине мира. Базой исследования стали комментарии и отзывы пользователей всемирной сети Интернет. При анализе учитывался возрастной фактор носителей языка.

*Ключевые слова:* языковая картина мира, стереотипы, интернет-коммуникация.

Языковая картина мира является одной из форм интерпретации окружающего мира. Все явления, с которыми человек сталкивался на протяжении своего существования, находят отражение в языке. При изучении языковой картины мира необходимо учитывать возрастной аспект носителей языка, который является свидетельством изменения представления о предмете, зависящим от опыта и знаний о мире. Языковая картина мира может стать динамичной для каждой отдельной личности, что происходит благодаря индивидуальным способам постижения мира.

Речь школьников представляет собой динамическую систему. Она постоянно пополняется словами, относящимися к молодежному сленгу. Для анализа и описания речевой деятельности школьника можно использовать специальные словари молодежного сленга. Проанализировав особенности выражения эмоций школьниками, мы приходим к выводу, что основными средствами здесь будут являться графические символы, смайлики, эмодзи. В отношении *школы* часто можно найти подобные способы выражения эмоций с отрицательной оценкой. В комментариях в основном представлены графические символы, характеризующие такие эмоции, как печаль, тоска, гнев, раздражение.

В толковых словарях представлено несколько лексических значений слова *школа*. В данной работе рассматривается *школа* как учебное заведение для получения общего образования. Материалом для анализа отзывов о школе служат форумы и сайты, где подростки могут оставлять свое мнение о личном опыте. Высказывания данной возрастной группы являются самыми актуальными, так как ученики и недавние выпускники составляют ту категорию людей, которая непосредственно знакома с явлением школы. *Школа* у современных учеников чаще вызывает негативные эмоции, которые зачастую никак не аргументированы, из-за чего не всегда представляется возможным определить основания отрицательных оценок (*Мда... школа убивает просто. Как бы дожить до выходных*). В комментариях людей, которые сами недавно были школьниками, мы обнаруживаем такие слова, как *ад*, *гадость* (*Ненавижу школу. Гадость какая! Университет-идеал*). Эти слова несут в себе негативную оценку и наделены абстрактной семантикой. Среди комментариев обнаруживаются немногочисленные положительные отзывы, в которых часто содержатся комментарии, обосновывающие позитивное отношение к школе (*Я, право, обожала школу, там были все мои друзья, классный руководитель, как вторая мама, а учителя химии и биологии, как третья и четвертая*) *Пожалуй, это было самым счастливым отрезком моей жизни*). В таких комментариях часто используется глагол *скупать*. Младшие школьники также аргументированно выражают положительную оценку к школе (*Я с радостью каждое утро беру в руки портфель и иду в школу, где меня уже ждут друзья*).

Встречаются такие комментарии пользователей сети, в которых можно проследить двойственность отношения к школе (*Как я отношусь к школе? Признаться, недолюбиваю. Но школа научила меня, как выстраивать дружеские и «деловые» отношения с людьми, как разбираться в них. Хотя бы за это стоит сказать ей спасибо*).

Взрослые люди представляют собой группу тех людей, которые не имеют прямой связи со школой. В основном эта связь опосредована обучением их детей. Комментарии, оставляемые взрослыми пользователями сети, представляют собой размышление о современном образовании. Сравнивая их с отзывами школьников, мы отмечаем другой уровень эмоциональности (*Главная задача функционирования любой школы – это организация учебного процесса. В нашей большой школе учебный процесс организован очень четко. За десять лет сбоев в проведении занятий не было. Мы, родители, наблюдаем, что наши дети идут в школу и учатся с удовольствием, уроки не прогуливают, стараются добросовестно относиться к своим обязательствам*).

Таким образом, проанализировав отзывы и комментарии о школе в социальных сетях, мы выявили различия в представлении носителей русского языка разного возраста.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Храмова*

УДК 811.161.1'37

**А. М. Королева**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **КОННОТАТИВНАЯ СЕМАНТИКА ПРЕЦЕДЕНТНЫХ НАИМЕНОВАНИЙ МУЖЧИНЫ (на материале интернет-форумов)**

Работа посвящена выявлению специфики появления различных ассоциаций у носителей русского языка по отношению к мужчинам через использование прецедентных имен. Рассматриваются прецедентные имена собственные как социально-говорящие имена.

*Ключевые слова:* прецедентное имя, коннотативная семантика, слово-стимул.

В современной лингвистике особый интерес вызывает изучение прецедентных текстов. Это связано с тем, что в таких текстах репрезентированы ценности, значимые для определенной личности или социальной группы.

Цель работы – выявить прецедентные имена, которые используются современными женщинами для оценочной номинации мужчин. Источником материала послужили интернет-форумы.

Сначала мы обратились к словарям русского языка. Анализ толковых словарей русского языка показал, что *мужчина* – это «человек по полу, физиологическому строению и характеру противоположный женщине». Он старше, чем *мальчик* и *парень*, но моложе, чем *старик*. Лексикографический анализ позволил также выявить такие признаки, как мужественность, сила и красота.

Проанализировав форумы, мы обнаружили, какие прецедентные имена актуальны и какие эмоционально-оценочные стереотипы стоят за ними. Чаще всего мужчина в представлении женщин ассоциируется с какой-либо известной личностью: знаменитым актером (*Мой муж – вылитый Роберт де Ниро в Крёстном Отце*), персонажем (*Не Дон Жуан, а банальный лживый развратник*), певцом (*ООО, да! В 2004 году Дима Билан набирал свою популярность, и я по нему с ума сходила. Так вот моим первым мужчиной был парень ооочень похожий на него: темненький, кареглазый, красивый – как бог!*). Мужчина чаще всего обладает исключительно положительными чертами: красота (преимущественно все мужчины имеют накаченное, мускулистое тело и/или же просто милостивую внешность), ум, сила духа, стержень в характере, смелость, харизма, доброта, внимательность, ловкость и т.д.

Таким образом, значение слова-стимула *мужчина* выходит за рамки первоначального и расширяет границы своего функционирования с обобщенного на конкретное. Так, в зависимости от характера, внешности и поведения мужчины рождается ассоциация по отношению к нему.

Отметим, что выявленные коннотативные признаки прецедентных наименований мужчины представляют собой те свойства мужчины, которые обычно нравятся женщинам и характеризуют настоящего мужчину: уникальность, способность понять женщину, тонкость, изысканный ум («Сладеньких слов» бееее. *Инфантил какой-то, как и автор. А вы ему потом «добренького утречка» не пожелали? Он притворно сюсюкает, рассылая примитивные комплименты, а лохуны ведутся, соперничают и считают его «Дон Жуаном»))))); красота (*Хотелось бы, чтобы мой муж был похож на на Джерарда Батлера, чтобы он был таким же харизматичным и красивым; Да мне всегда нравился типаж –**

темные волосы и яркие голубые глаза – тип *Даррена Хейса, Иена Сомерхолдера* – муж похож на *Иена* – длинная стрижка, скулы, изумительно красивые глаза. Смотрю и радуюсь каждый раз на своего красавчика; на *Шрека*)))... такой же большой и добрый... только с густой шевелюрой на голове); мускулы, могучий, хищник, сильный (*Представительный* такой мужчина, что тамошний *Терминатор*... ой, простите, *Арнольд Шварценеггер*; Раньше представляла себе блондина с голубыми глазами... сейчас вкусы поменялись. Теперь для меня идеал – мой муж)) *Аполлон* с тёмными волосами и голубыми глазами и офигенным телом); Люблю накаченных шкафчиков... типа *Тарзана*... и *Шварца*... мм... прелесть; Трудно даже до конца понять, чем же привлекает нас, хрупких женщин, тип мужчины – «*тарзана*». Ведь он же может ненароком и придушить – в этих своих объятиях! Нечаянно, конечно, силу не рассчитал.

В ходе исследования выявляется, что прецедентное имя связано с широко известной личностью, которая обладает набором определенных коннотаций, и дифференциальные признаки которой входят в когнитивную базу современного общества.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Храмова*

УДК 811.112.2'373.72

**Т. А. Кухарева**

*(студент 5 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ВАРЬИРОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ СО ЗНАЧЕНИЕМ «БОГАТСТВО» В РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

В работе рассматриваются основные видоизменения фразеологических оборотов со значением «богатство» в живой речи современного русского языка, дается комментарий примеров.

*Ключевые слова:* фразеологизм, значение богатства, русский язык, трансформации, варьирование.

В рамках узкого подхода в определении состава фразеологии из фразеологических словарей современного русского языка были отобраны фразеологические единицы (ФЕ) со значением «богатство», выделены из материалов Национального корпуса русского языка, комментариев на форумах текстовые фрагменты с этими ФЕ с целью установить особенности их функционирования, в частности, возможные их трансформации в современной разговорной речи. Одной из наиболее часто обсуждаемых проблем в современном обществе является финансовая проблема, что предопределяет частотность употребления рассматриваемых ФЕ и выбор их в качестве объекта изучения.

Наиболее характерна для ФЕ со значением «богатство» лексическая вариантность – видоизменения ФЕ, зафиксированные в словарях, и активно используемые в речи. В вариантные отношения вовлекаются отдельные лексические компоненты ФЕ.

К первому классу относятся ФЕ, между варьирующимися компонентами которых обнаруживаются отношения синонимии: *бешеные/ шальные деньги*.

Близко к этой группе стоит разряд ФЕ, варьирующиеся компоненты которых находятся в отношениях семантической близости, то есть лексемы, входящие в состав данных ФЕ, семантически близкие, но не синонимичные, связанные общей семой: *набить карман/ кубышку/ мошну; толстый карман/ кошелек; золотой/ денежный мешок; на большую/ широкую ногу; толстый/ тугой карман* и др.

Лексемные замены могут происходить среди служебных слов ФЕ, что не ведет к изменению грамматической структуры ФЕ, ср. *ободрать как липку* и *ободрать словно/точно липку*. Кроме того, может происходить варьирование видовых форм глагольного компонента: *<грести, загребать, огребать> деньги лопатой; <греть, нагреть, погреть> руки; <класть, положить> в карман; <залезть, залезать> в карман; <запускать, запустить> руку в карман*.

Наиболее частотные видоизменения рассматриваемых ФЕ – индивидуально-авторские структурно-семантические трансформации.

1). Замена одного или нескольких лексических компонентов. При этом лексические компоненты могут заменяться однокоренным словом с иной эмоциональной окраской (*грести деньги лопатой => грести деньжищи лопатой*) или стилистическим синонимом (*запускать руку в карман => запускать лапу в*

карман; *грести деньги лопатой => грести бабло лопатой* и др.), а также словами одного тематического круга (*грести бабло – колотить <пилить, рубить, срубить > бабло* и др.).

2). Расширение состава ФЕ:

- за счет вставки местоимения – для связи с объектом описания или с адресатом (*набивать карманы – набивать свои карманы*);

- за счет включения глагольных компонентов в состав номинативной ФЕ с изменением ее грамматической структуры (например: *Закон в его представлении – это то, что позволяет гражданам России купаться в молочных реках и загорать на кисельных берегах*);

- расширение состава ФЕ с использованием приема антитезы (например, заголовок *С жиру не бесятся. С жиру хворают. За свою жизнь человек съедает 22 тонны пищи и выпивает 33 тонны жидкости*).

3). Усечение ФЕ (например: *Во Франции, где она обосновалась после развода, она как сыр в масле; Я стала депутатом и меня некоторые, как-то косясь, спрашивают о привилегиях, мол, у тебя теперь все бесплатное, как сыр в масле. А какие у меня привилегии?*).

Кроме структурно-семантических преобразований, возможны семантические трансформации, не затрагивающие лексико-грамматической структуры (внешней стороны) ФЕ: например, преобразование ФЕ по цели высказывания (*Денег куры не клюют? Экономическая ситуация в России сегодня способствует всплеску кредитования...*).

Чаще всего трансформируются, видоизменяются авторами фразеологизмы, известные широкому кругу людей, вызывающие множество ассоциаций, с целью усиления экспрессии текста, привлечения внимания адресата.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*О. А. Новоселова*

**А. А. Лебединская**

*(магистрант 2 курса, направление «Филология», магистерская программа «Русский язык как иностранный», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВЫРАЖЕНИЯ ЧУВСТВО ЮМОРА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Понятие *чувство юмора* рассматривается с точки зрения разных лингвистических исследований. В работе анализируется чувство юмора как устойчивая языковая единица с точки зрения семантики и функционирования, выявляются узуальные и контекстуальные значения.

*Ключевые слова:* русский язык, чувство юмора, языковая картина мира.

В современном языкознании не ослабевают интерес к языковым источникам комического, поэтому постижение языковых механизмов создания комического эффекта важно для когнитологии, психолингвистики, прикладной лингвистики, в том числе теории и практики преподавания языка.

В настоящее время многие лингвистические исследования посвящены изучению языковых и речевых приемов формирования юмористического текста (В. З. Санников, Т. А. Гридина, Т. В. Симашко и др.); лингвокультурологических особенностей юмора (М. А. Кулинич, А.В. Карасик) и др. Н. Д. Арутюнова пишет, что юмор и комизм «объединяет целую серию слов, обозначающих комические акты, комические смыслы и комические жанры: смех, хохот, хихиканье, потеха, шутка, дразнилка, глумление, насмешка, смешок, усмешка, сатира, юмор, ирония, сарказм, пародия, имитация, иносказание, притворство, фальсификация, <...> а также серию связанных с приведенными именами глаголов (смеяться, осмеять, высмеять, рассмеяться, подсмеиваться, пересмеиваться, насмешничать, насмехаться, усмехаться, хохотать, гоготать, подшучивать <...>) и немалый ряд семантически близких слов» (Арутюнова, 2007, с. 6).

Одним из необходимых условий для создания юмористических текстов является наличие у человека-субъекта высказывания так называемого чувства юмора.

*Чувство юмора* является устойчивой языковой единицей и отсылает к сфере перцептивного опыта, но в то же время не является только его принад-

лежностью. По замечанию И. А. Каргаполовой, «чувство юмора» присуще высокому интеллекту, а его (юмора) отсутствие не только порицается, но и высмеивается (Каргаполова, 2007).

Таким образом, *чувство юмора* оказывается сложным явлением, требующим детального изучения.

Цель настоящей статьи – проанализировать семантику и функционирование устойчивой единицы *чувство юмора* и выявить семантические, культурно-специфические особенности, позволяющие определить, является ли чувство юмора действительно чувством, либо же в него вкладывается иные смыслы.

Материалом исследования послужили контексты, извлеченные из Национального корпуса русского языка (38 единиц), и использованы методы анализа словарных дефиниций, контекстуальный анализ.

В толковых словарях *чувство юмора* представлено преимущественно в зоне иллюстративного материала, например, в словаре Ожегова: ЮМОР, -а, л. 1. Понимание комического, умение видеть и показывать смешное, снисходительно-насмешливое отношение к чему-н. *Чувство юмора*.

В разных словарях *чувство юмора* включается в различные словарные статьи (либо ЧУВСТВО, либо ЮМОР), но независимо от этого семантически трактуются одинаково, при этом совмещаются два аспекта. С одной стороны, актуализируются ментальные смыслы (понимание смешного, комического на основе своих впечатлений), а с другой, – связанные с эмоциональной, чувственной сферой.

Анализ языкового материала, извлеченного из НКРЯ, позволил выявить следующие особенности семантики и функционирования единицы *чувство юмора*.

1. Чувство юмора – качество, присущее человеку (*Мой папа, пожалуй, самый прикольный человек из всех, кого я знаю. У него отличное чувство юмора*). Это качество может не только присутствовать, но и отсутствовать у разных людей. (*Оказывается, власть и чувство юмора – вещи плохо совместимые*). Если оно есть у человека с детства, то с возрастом его можно развить (*А еще он намеревался открыть студию в павлоградском ДК, чтобы обучать детей актерскому ремеслу и развивать у них чувство юмора...*). В ряде случаев имеет национальную специфику (*английский юмор*).

2. Чувство юмора – защитный механизм психики (ирония, сарказм). (*Психологи утверждают, что чувство юмора свидетельствует о душевном здоровье*).

3. Наименее частотными значениями выражения *чувство юмора* в контекстах оказались средство манипуляции (*И слова <...> обыкновенным прощупыванием: будет заискивать, начнет угрожать и давить или проявит чувство юмора*), компонент социального статуса человека (*Найдена формула счастья, где <...> Н— социальный статус самооценка, устремления, амбиции и чувство юмора*).

В целом, исходя из проанализированного языкового материала, можно в большей степени говорить о понятии *чувство юмора* в русской языковой картине мира как о качестве, присущем человеку, и в меньшей степени мы можем говорить о *чувстве юмора* как о чувстве.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
Е. Г. Басалаева.

УДК 81'373

**Люй Вэньтин**

*(магистрант 2 курса, направление «Филология», магистерская программа «Русский язык как иностранный», Института филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ПОНЯТИЯ “ВОЗРАСТ” В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

В работе представлена часть исследования, посвященного сопоставительному анализу представлений о возрасте русских и китайцев. В данном случае рассматриваются способы номинирования возраста в китайском языке в динамическом аспекте, подчёркивается их разнообразие.

*Ключевые слова:* русский язык, китайский язык, сопоставительная лингвистика, картина мира, возраст.

В китайском языке существуют различные способы вербализации понятия “возраст”. Помимо указаний на количество лет или год рождения, существует большое количество лексем, выражений, фразеологических сочетаний, стертых метафор и др., относящихся к возрасту. Появление и существование этих слов отражает культуру Китая, национальную психологию и т. д. В Древ-

нем Китае существовала система ритуалов и обычаев, связанных с достижением различных возрастов. В сознании древних китайцев волосы имели сакральное значение, поэтому в древности детей не стригли. Слово *chuitiáo* 垂髻 («носить свисающие волосы») в языке доциньской эпохи становится метафорическим обозначением ребенка 4—6 лет. Аналогичный перенос происходит и со словом *zǒngjiǎo* 总角 («волосы, заплетенные в два пучка»), которым стали называть детей 7—14 лет.

Существует группа родственных слов, связанных с понятием *guàn* 冠, «шапки совершеннолетнего» (обряд надевания головного убора совершался по достижении 20 лет, с дин. Чжоу). Наличие «шапки» — признак возраста мужчины: *guàn* 未冠 меньше 20 («без шапки») — несовершеннолетний; *chūguàn* 初冠, *guàn* 加冠, *guàn guàn* 胜冠 — совершеннолетний. Слово *ruòguàn* 弱冠 («слабая шапка») также обозначает мужчину, достигшего двадцатилетия, при этом «слабость» — характеристика данного возраста. В случае обозначения женского возраста «шапке» соответствует *jī* 笄 — «шпилька, используемая для традиционной прически». В древности церемония совершеннолетия для девушек проводилась в 15 лет. Такие слова, как *chūjī* 初笄, *shǐjī* 始笄, *jiājī* 加笄 и *jīzǒng* 笄总 обозначали достигшую пятнадцатилетия девушку.

В современном китайском языке подобная модель характеристики возраста по-прежнему продуктивна. Такие слова, как «Бен два» (20 лет), «Бен три» (30 лет), «Бен четыре» (40 лет) (*bēn* 奔 — «бежать куда-либо») и т. д. первоначально были компьютерными терминами, относящимися к поколениям центральному процессору компьютера «Pentium». Другой пример переноса значения — использование для обозначения возраста слова *zhāng* 张 (счетное слово для листов бумаги). Появившись в пекинском диалекте, сегодня такое употребление является нормативным. Так, например, тридцатилетнего человека называют «три 张», сорокалетнего — «четыре 张» и т. п.

Другой источник представлений о возрасте — классическая китайская словесность. Например, знаменитое высказывание Конфуция о возрасте человека и духовном развитии стало источником некоторых номинаций возраста, например, *zhìxué* 志学 («стараться учиться») — пятнадцать лет, *érlì* 而立 («сформировался», «кое-чему научился») — тридцать лет и т. д.

Многие лексемы, обозначающие различный возраст, восходят к описанию каких-либо внешних характеристик человека: цвета волос (*báishǒu* 白首 и *huáfà* 华发 («белые волосы») о пожилых людях); состояния зубов и кожи (о детстве «молочные зубы» — *tiáo* 齠 о мальчиках и *chěn* 齒 о девочках, *màochǐ* 茂齿 («много зубов») и *zhuàngchǐ* 壮齿 («крепкие зубы») о людях среднего возраста); одежды.

Таким образом, можно сказать, что большинство номинаций возраста в китайском языке мотивировано телесными или физиологическими характеристиками. Сохраняется память о традиции, ритуале. Выбор лексем зависит от гендерного статуса денотата. О мужчинах чаще говорится в связи с их ролью в учебе, домашнем хозяйстве и т. д. Женщина чаще характеризуется в связи с ее с возрастом, браком и физической привлекательностью. Дисбаланс в возрастном диапазоне относится в основном к маленьким детям и подросткам, за которыми следуют пожилые люди и, наконец, молодые люди. Меньше всего представлена лексика, связанная с периодом зрелости. Это связано с тем, что в детстве, отрочестве и старости возраст является наиболее легко определяемым на глаз, обладает набором ярко выраженных признаков.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
О. А. Ружа

**Е. М. Малая**

*(магистрант 2 курса, направление подготовки «Филология», магистерская программа «Коммуникативные аспекты изучения русского языка»,  
Институт филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ВОСПРИЯТИЕ ВНЕШНЕЙ КРАСОТЫ ЧЕЛОВЕКА В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА**

В работе представлен фрагмент исследования, посвящённый проблеме изучения динамических аспектов в русском языке на материале лексемы *красота*, в частности восприятие носителем языка *внешней красоты* человека в русской языковой картине мира.

*Ключевые слова:* динамика ЛЗ, внешняя красота, концепт, картина мира.

В русской языковой картине мира *красота* воспринимается как некая мера прекрасного. Если говорить о внешности, то она практически всегда оценивается с позиции соответствия канонам *красоты*. Для того чтобы соответствовать запросам общества, современный носитель языка всё чаще уделяет внимание своей внешности.

В результате взаимодействия с другими индивидами человек осознаёт себя членом коллектива, продуктами этого взаимодействия являются эталонизированные образцы поведения (культурные установки), нашедшие своё отражение в пословицах и поговорках и имеющие характер рекомендации или правила. Носителем языка *внешняя красота* представляется в пословицах как нечто приземлённое, временное, способное терять свои качества: «*Красота – товар не лежалый*»; «*Красота до вечера, а доброта навек*»; «*Краса до венца, а ум до конца*» и др. Есть и такие пословицы, которые описывают мнимую *внешнюю красоту*: «*Такая красава, что в окно глянет – конь прянет; на двор выйдет – три дня собаки лают*»; «*Экой красавец: под носом румянец, во всю щеку лишай*»; «*Много красы: одни скулы да усы*». В данных примерах *красота* не вызывает у носителей языка восхищения, а воспринимается как насмешка, упрёк, издёвка в сторону человека, не отличающегося красивыми внешними данными.

Несмотря на преобладающее количество пословиц и поговорок, иллюстрирующих негативное восприятие *внешней красоты*, существуют и такие, ко-

торые отражают позитивное отношение к данному сочетанию: «Хороша, как писаная миска»; «Красней красного солнышка, ясней ясного месяца». В них *красота* воспринимается положительно и иллюстрирует своё основное предназначение (функцию) – это то, что доставляет удовольствие, наслаждение, чем можно восхищаться.

В современном обществе к тому понимаю *внешней красоты*, которое характерно для народного сознания (пословицы), добавляются дополнительные семантические и стилистические функции (коннотации), устойчиво связанные с основным значением в сознании носителей языка: человек может совершенствовать свою внешность при помощи современных технологий (*индустрия красоты, салон красоты, «Мы делаем красоту», «Красивыми становятся»* и др.); красивый человек внешне может не задумываться над своим внутренним миром, внутренней красотой; *внешняя красота* позволяет человеку чувствовать своё превосходство над окружающими и иметь авторитет: *Девочки любят красивых и успешных, а не толстых и смешных, учти это* (Александра Маринина. Последний рассвет); *внешняя красота* может пагубно влиять на становление человека, т.к., чтобы соответствовать меняющимся идеалам, необходимо постоянно совершенствовать себя внешне, тратя огромное количество времени (следствием становится недостаток времени и желания на развитие себя духовно).

У каждого человека есть свои собственные требования к внешнему виду. Все по-своему определяют, что такое *красота*. Но не стоит забывать, что для современного общества характерно стереотипное мышление, т.е. человек пытается соответствовать тем требованиям, которые ему диктует, навязывает большинство.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
О. А. Ружа

**А. С. Машковская**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЛАКОНИЧНОСТЬ КАК ОСОБЕННОСТЬ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

В работе представлены результаты исследования способов общения в интернете. Рассматриваются такие способы коммуникации, как интернет-мемы и сращение слов.

*Ключевые слова:* интернет-общение, лаконичность общения, коммуникация, интернет-язык, интернет-мемы, сращение.

Общеизвестно, что Интернет стал средством общения для многих людей. Это открытое коммуникативное пространство, в котором царят собственные законы, в том числе и языковые. Посещая различные сайты, чаты, общаясь по электронной почте, мы замечаем, что в виртуальном пространстве слова русского языка часто употребляются не по правилам. В социальных сетях, чатах, форумах, живых дневниках, сообщениях электронной почты и ICQ тексты выглядят примерно одинаково – без знаков препинания, часто без прописных букв, с многочисленными сокращениями и опечатками.

Особенностью интернет-общения являются скорость и оперативность, поэтому пользователи сети стараются сократить время на ответ, но при этом точно передать свою мысль. Таким образом, само общение в интернете «заставляет» создавать такие способы коммуникации, которые подходят под определение лаконичности.

Интернет-мемы набирают популярность в сетевом общении все больше и больше. Основная их функция заключается в том, чтобы рассмешить пользователей интернета, чаще всего социальных сетей, таких, как Вконтакте и Одноклассники. Некоторые мемы передают ту или иную эмоцию, разные настроения и тому подобное. Они заменяют слова, словосочетания, предложения и становятся языком общения в интернете. Этот язык пользуется популярностью, так как для собеседников в сети легче и самое главное быстрее отправить картинку с нужной эмоцией или ситуацией, чем стараться их описывать.

Интернет-мемы создают сами пользователи сети, чтобы сделать общение удобней и эмоциональней. В основном мем – это стоп-кадр из фильма / мультфильма или обычного видео из интернета, которое тоже набрало популярность. Далее на этом стоп-кадре (картинке) уже пишут текст. С помощью человека на этой картинке, его застывших эмоций и жестов, текст приобретает определенное настроение.

Особенность сращения слов в интернет-дискурсе заключается в том, что эти слова передают в основном негативную оценку. В основу образования таких слов, как ЯЖЕМАТЬ, ОНЖЕРЕБЕНОК и ТЫЖЕДЕВОЧКА легли сами эти громкие высказывания, не имея за собой никаких положительных коннотаций. Чаще всего использование вышеупомянутых слов можно увидеть в историях пользователей сети, которые их пишут и делятся в группах, сообществах социальных сетей.

Выражение ТЫЖЕДЕВОЧКА основано на гендерном различии: что любят мальчики – девочки любить не должны. Такое сращение используется в интернет-коммуникации для того, чтобы передать всю абсурдность гендерного «неравенства» и негатив к тем, кто использует выражение ТЫ ЖЕ ДЕВОЧКА в его прямом значении. Это выражение пишется слитно, потому что больше не надо никаких дополнительных слов и словосочетаний, чтобы передать свои эмоции.

Тожественный смысл несут в себе слова ЯЖЕМАТЬ и ОНЖЕРЕБЕНОК, но в данном случае вызывающе и нагло ведут себя матери, которые пытаются защитить своих детей. Употребление этих слов помогает сократить время на описание определенных персонажей.

Данные высказывания в общении интернет-пользователей подчеркивают типичность и стереотипность ситуаций, связанных с определенными категориями населения и их мировоззрениями.

На сегодняшний день наблюдается тенденция к лаконичности ответа в интернет-коммуникации. Такие способы общения, как сращения слов и интернет-мем можно наблюдать не только в сети Интернет, но и на телевидении, в СМИ и даже на митингах, где мемы используют как приём выражения своей точки зрения.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Храмова*

**Е. Д. Попцова**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **СОПОСТАВЛЕНИЕ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ НАРЕЧИЙ СО ЗНАЧЕНИЕМ НЕОЖИДАННОСТИ В СЛОВАРЯХ СИНОНИМОВ**

В работе рассмотрена проблема сопоставления синонимических рядов наречий со значением неожиданности в русских и английских словарях синонимов.

*Ключевые слова:* наречия со значением неожиданности, словари синонимов, синонимический ряд, семантика, доминанта синонимического ряда.

В современной лингвистике все больше внимания уделяется изучению слов, важных для русской языковой картины мира, к которым относят и наречия со значением неожиданности (Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев, Н. Д. Арутюнова, А. А. Шматко и др.); в большинстве работ при таком исследовании используются достижения лексикографии, а также сопоставление с другими языками (Е. Н. Аверьянова, С. Ю. Богданова, И. Н. Коробейникова и др.), однако русские и английские словари синонимов в этом аспекте еще не изучались.

Цель работы – сопоставление наречий со значением неожиданности в русском и английском языках и выявление особенностей их представления в синонимических рядах.

Языковым материалом послужили русские и английские словари синонимов разных авторов и текстовые фрагменты, извлеченные из параллельного подкорпуса национального корпуса русского языка.

Характеристика синонимических рядов дает возможность выявить те национально специфические семы, которые содержатся в значениях слов. При сопоставлении синонимических словарей: «Нового объяснительного словаря синонимов русского языка» под редакцией Ю. Д. Апресяна (далее – НОСС) и Словаря синонимов под редакцией А. П. Евгеньевой (далее – СС) было установлено, что приведенные в них ряды характеризуются разным количеством входящих элементов и неодинаковыми доминантами: в СС ряд открывается

словом *внезапно*, а в НОСС – *неожиданно*, которые, по мнению составителей содержат общие для всего ряда интегральные семы: СС сему быстрого и резко-го изменения ситуации, а в НОСС эта сема отступает на второй план, а в центре внимания оказывается позиция субъекта – говорящего или наблюдателя, который не ожидал изменения ситуации вообще или в данный момент.

Длина синонимических рядов в этих словарях различна и по-разному устроена: повторяются синонимы *неожиданно*, *внезапно*, *вдруг*, в СС включено слово ограниченного употребления *скоропостижно*, в НОСС – *врасплох* и стоящие особняком предложно-падежные формы *против ожидания* и *вопреки ожиданиям*. В примечаниях НОСС отмечены синонимы *нежданно* и *нежданно-негаданно* ограниченного употребления. Важно, что в НОСС помимо синонимов указываются аналоги, в число которых входят *к чьему-л. удивлению*, *на удивление*, *сразу*, *быстро*, *резко*, которые будут представлены в английских синонимических рядах.

В английских словарях синонимов (Англо-русский синонимический словарь под ред. А.И.Розенмана и Ю.Д. Апресяна, Словарь синонимов и антонимов английского языка Дж.Девлина) вообще отсутствует данный ряд, а в электронном словаре (Dictionary of English Synonyms) в него включаются слова, которые можно сгруппировать следующим образом: 1) резко, быстро (*abruptly, quickly, aback, suddenly*), 2) со значением отсутствия предположения о возможности изменения (*unlooked for, unthought of, unforeseen, unexpectedly*). Главным отличием от русского синонимического ряда является наличие слов с эмоционально-оценочным значением: *surprisingly, astonishing*, что позволяет говорить о противопоставлении рационального и эмоционального восприятия изменения ситуации. По данным электронного словаря синонимов, к сожалению, не удастся выявить доминанты семного состава синонимического ряда.

Такое сопоставление русских и английских синонимических рядов может послужить основой для дальнейшего анализа переводов русских и английских художественных текстов, содержащих ситуацию неожиданности.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф.  
*И. П.Матханова*

**Е. Ю. Печёнкина**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский  
государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЯЗЫК ВРАЖДЫ В СМИ И БЛОГОСФЕРЕ**

Работа посвящена изучению роли «языка вражды» в средствах массовой информации и блогосфере современного общества. Актуальность данной работы состоит в том, что настоящее время принято называть информационной эпохой, ведь на сегодняшний день информация - это одна из самых главных ценностей. И её создание и распространение – дело рук средств массовой информации и блогосферы.

*Ключевые слова:* язык вражды, блогосфера.

Традиционно языком вражды обозначают языковые средства, выражающие резко отрицательные отношения двух «оппонентов» – носителей иной системы религиозных, национальных, культурных или же более специфических, субкультурных ценностей. Такое явление может выступать как форма проявления расизма, ксенофобии, межнациональной вражды, гомофобии, а также сексизма.

Цель данной работы – изучить проблему и семантику языка вражды средствах массовой информации и блогосфере современного общества.

Исследователь Дзялошинский И. М. представляет термин «язык вражды» как «всю совокупность текстов (а также заголовков, фотографий и иных элементов) СМИ, прямо или косвенно способствующих возбуждению национальной или религиозной вражды или хотя бы неприязни». В большинстве случаев журналисты, а также иные лица, включающие в свою речь «язык вражды», используют его, не вкладывая намеренно того смысла, который, как получается в итоге, несёт текст. В основном объектом враждебной риторики является этническая и социальная принадлежность. Выделяются следующие намеренные искажения, допускаемые авторами:

- **Журналистская небрежность** (автор, не задумываясь, использует ненужные детали, которые могут в дальнейшем создавать негативное восприятие аудиторией конкретной социальной или этнической группы: «Преступление совершили новосибирец и два таджика»).

- **Некорректный заголовок или анонс** (автор использует в заголовке броские фразы, хотя в самом материале никакой сенсационности нет. Например, один из тюменских интернет-порталов опубликовал статью *«Хлеб у тюменских безработных отнимают гастарбайтеры»*).

- **Статистические «соблазны»** (автор гиперболизирует статистические данные для придания особой значимости своей публикации. Так, 8 ноября 2005 года «Комсомольская правда» публикует подборку мнений под общим заголовком *«Иноземцы заселили полстраны»*).

- **Смещение социальной проблематики и этнической риторики** (вопрос обсуждается в «национальных» рамках, хотя на самом деле он гораздо шире и не сводится к одной социальной группе: *«Не все мусульмане террористы, но все террористы мусульмане»*).

- **Отрицание гражданства по этническому принципу** (автор обозначает какого-либо человека как иностранца, не принимая во внимание наличие временной регистрации или гражданства: *«Жулики пойманы. Оказались ими двое кавказоязычных россиян... и... якут. Все они находились в Нижнем Новгороде нелегально, по транзитной визе»*).

Таким образом, нам удалось выяснить, что язык вражды в СМИ и блогосфере, обычно вытекает из лингвостилистических факторов его функционирования. Можно также сказать о возможности создания оскорбительной формы и/или формы, содержащей дискриминационные признаки, с помощью высказываний, негативная коннотация которых объясняется их стилистической природой, а также с помощью «политически некорректных выражений», негативные свойства которых связаны с экстралингвистическими факторами. Например, «политически некорректные» номинации “лицо кавказской национальности” и “бомж” представляют собой неудачные термины-канцеляризмы в речи работников правоохранительных органов, которые, как правило, не используются для нейтральной или положительной характеристики личности.

Следовательно, в СМИ и блогосфере современного общества “язык вражды” имеет большую популярность и актуальность, но, по мнению экспертов, полностью идентичен понятию интолерантности.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
Ю. В. Крылов

**М. А. Пронюшкина**

*(студентка I курса, направление «Филология», магистерская программа «Русский язык как иностранный», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ УЧЕБНОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ, ПРЕДНАЗНАЧЕННОЙ ДЛЯ ИНОСТРАНЦЕВ, ИЗУЧАЮЩИХ РУССКИЙ ЯЗЫК**

В работе рассмотрены актуальные проблемы современной учебной лексикографии, адресованной иностранцам, которые изучают русский язык. Рассмотрена возможность использования элементов словаря активного типа при создании учебного активного словаря для иностранцев.

*Ключевые слова:* учебная лексикография, русский как иностранный, словарь активного типа.

Активный процесс вовлечения иностранных студентов в изучение русского языка обнаруживает определенные недостатки современной учебной лексикографии, предназначенной для иностранцев. Основной проблемой можно считать недостаточное количество учебных толковых словарей для изучающих русский язык как иностранный. В монографии В. А. Козырева и В. Д. Черняк «Лексикография русского языка», содержащей список существующих сегодня словарей, упомянуто шесть учебных толковых словарей для иностранцев, четыре из которых были выпущены в 70-90-х гг. прошлого века.

Анализ существующих словарей выявил наиболее актуальные проблемы в этой области: часто в словарях не полностью представлена семантическая структура слова; не используются элементы словаря активного типа; в словарных статьях не отражена динамика развития языковой системы (не представлены новые слова, новые значения существующих слов).

Проблема создания учебного словаря активного типа для изучающих русский язык как иностранный сегодня занимает многих исследователей. На наш взгляд, такой словарь должен включать в себя некоторые элементы словаря активного типа, разработанного Ю. Д. Апресяном.

Таким образом, словарная статья учебного словаря активного типа для иностранцев должна включать в себя информацию о грамматических формах и их значениях у данной лексемы, стилистическую и орфоэпическую информацию о лексеме, сведения об управлении лексемы, информацию о лексико-семантической сочетаемости лексемы и о её «лексическом мире»; если данное слово входит в состав фразеологической единицы, то информация об этом тоже должна быть представлена.

Научный руководитель – канд. филол. наук, проф.  
Е. Ю. Булыгина

УДК 81'373+81'42

**Т. Г. Путилина**

*(1 курс, направление «Филология», магистерская программа «Коммуникативные аспекты изучения русского языка», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОППОЗИЦИЯ *ЖИВОЕ/МЕРТВОЕ* В ПРОИЗВЕДЕНИИ Н. Д. КАШКИНА «ВОСПОМИНАНИЯ О П. И. ЧАЙКОВСКОМ»**

В статье анализируются особенности употребления слов, связанных с оппозицией *живое/мертвое*, в произведении Н. Д. Кашкина «Воспоминания о Чайковском». Выявляются их основные лексические значения, случаи противопоставлений, смещения смысловых акцентов. Делаются выводы об особенностях языковой картины мира автора.

*Ключевые слова:* лексическое значение, оппозиция *живое/мертвое*, языковая картина мира.

Особенности смыслового содержания оппозиции *живое/мертвое* в жанре воспоминаний практически не изучались филологами. В данной работе мы будем рассматривать значения и противопоставления слов из тематических групп *жизнь/жить/живой* и *смерть/умереть/мертвый* в произведении Н. Д. Кашкина «Воспоминания о Чайковском».

Для наиболее адекватного соответствия языку автора значений, используемых нами для анализа, мы будем обращаться к словарю В.И. Даля 3-го издания 1903 года.

Первое, что необходимо отметить, – наличие четко прослеживаемой связи между *временем – пространством* и *жизнью – смертью* в индивидуальной картине мира автора. Это выражается в следующих языковых фактах:

1. Многие предложения, в которых встречается слово *жизнь*, так или иначе относятся ко времени или к месту:

*Так окончился московский период жизни и деятельности моего дорогого друга и начался новый, в котором уже не приходилось видеться так часто, как прежде.*

2. При описании событий и явлений слова *жизнь* и *смерть* применяются в качестве точек отсчета на направленной прямой времени:

*Начиная с этого времени и до конца жизни Петр Ильич нередко выступал в качестве капельмейстера в России и за границей.*

3. Осознание конечности существования человеческой личности выражается в смысловой избыточности. С самого начала произведения мы узнаем, что произошло трагическое событие – смерть великого композитора. Тем не менее, ВОследствии встречаются фрагменты, еще раз говорящие о том же:

*Нужно прибавить раскладывание пасьянса, которым покойный друг мой иногда занимался...*

4. Свидетельством связи между временем и жизнью также являются следующие выражения, общий смысл в которых – неотвратимость смерти и безвозвратность этого для любой, даже самой одаренной, личности:

*Невольно пришла в голову мысль: чей-то будет ближайший черед безвозвратного ухода?*

5. Следующее свойство выявленного нами континуума жизни – его многогранность. Движение человека в этом континууме может происходить по разным областям, являющимся, по сути, его гранями. Это можно видеть в следующих примерах:

*С этим переходом к жизни искусства, которому посвящена была вся жизнь, автор письма меняет тон и говорит совсем иным языком, языком страстного увлечения в симпатиях и антипатиях.*

В произведении есть случаи прямого противопоставления слова «жизнь» другим словам в различных контекстах:

*«Манфред мне стоит целого года жизни», - именно «жизни», а не работы;*

*Одним словом, его занимали думы и планы относительно жизни, а не смерти.*

В первом примере слова *жизнь – работа* противопоставлены по семантическому множителю *степень влияния на человека*.

Во втором примере общеязыковое противопоставление *жизнь-смерть* приведено в значениях *жизнь – деятельность человека, смерть – конец земной жизни*. Однако в значении слова *смерть* на первый план выходит сема ‘невозможность никакой деятельности’.

Таким образом, значение слова *жизнь* в произведении Н. Д. Кашкина «Воспоминания о П. И. Чайковском» представлено как пространственно-временной континуум, имеющий *конец – смерть* человека. Данный континуум многогранен, и различные его стороны как виды деятельности могут быть в большей или меньшей степени важны для человеческой личности в разные отрезки времени.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*М. А. Ланно*

УДК 81.366

**М. Г. Тришечкина**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии,  
массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский  
государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ГНЕЗДО ОТ СЛОВА ДРУГ**

В работе рассмотрены проблемы изучения словообразовательного гнезда в системе русского языка, выявлены принципы объединения слов в гнезда, составлено словообразовательное гнездо от слова *друг*, описаны его особенности и сделан вывод о значении этимологических гнезд в лексическом составе языка.

*Ключевые слова:* словообразование, словообразовательное гнездо, производное слово, способы словообразования.

Среди комплексных единиц словообразования особое место занимают словообразовательные гнезда. Многоаспектный анализ словообразовательных гнезд в системе русского языка на данный момент языкового развития занимает

важное место среди исследований, выполненных в современной дериватологии, в то время, как ранее длительное время в центре внимания дериватологов находились главным образом бинарные конструкции, состоящие из производного и производящего слова.

По мнению И. С. Улуханова, словообразовательная семантика слов, входящих в гнездо, изучалась мало и довольно неполно, из чего следует вывод, что изучение словообразовательных гнёзд на сегодняшний день весьма перспективно.

Словообразовательные гнёзда являются одной из особенных лингвистических классификаций лексического состава языка. Будучи устойчивым и стабильным, словообразовательное гнездо является открытой системой, способной развиваться.

Словообразовательное гнездо, как многомерная единица состоит из «горизонтальных» и «вертикальных» рядов. «Горизонтальные» ряды образований – это словообразовательные цепочки, включающие как общее исходное мотивирующие, так и последовательно производные слова, вплоть до последней ступени мотивированности. «Вертикальные» же ряды – это отдельные словообразовательные парадигмы.

Исследуя словообразовательное гнездо, следует учитывать степень семантической связанности между членами словообразовательного гнезда, необходимо выявить словообразовательно мотивированные значения этих слов. Важно при этом определить не только компоненты значения, но и место данного словообразовательного значения в кругу других таких значений. Для этого нужно определить характер и степень семантических изменений, произошедших в производном слове по сравнению с производящим.

Сгруппировав слова по исходным признакам семантических изменений и расположив их относительно друг друга так, чтобы каждая следующая группа определялась большим (восходящая линия) или меньшим (нисходящая линия) набором семантических изменений по сравнению с предыдущей, можно определить степень относительной семантической связанности производного с производящим. Многие производящие могут быть рассмотрены как производные предыдущей ступени словопроизводного процесса. Анализ производных в их отношении к производящим может охватывать все словообразовательное гнездо (предел анализа). В словообразовательное гнездо входят только родственные слова, то есть, все слова, объединенные формальной и семантической общностью корня, а степень семантической связанности в пределах словопро-

изводной пары устанавливается на основе лексических и грамматических соответствий/несоответствий, входящих в нее слов. Семантическим выразителем отношений между производным и производящим является словообразовательное значение. Этот факт, а также то, что словообразовательное значение по своей специфике включает в себя информацию о лексическом и грамматическом значениях производного, указывает на то, что словообразовательное значение может служить инструментом анализа при определении лексических и грамматических соответствий/несоответствий между производными и производящими. Используя его, представляется возможным различить производные, или группы производных, по отношению друг к другу по степени убывающей (или усиливающейся) семантической связанности между производящим и производным.

Чтобы более точно составить словообразовательное гнездо, нужно знать, какие способы словообразования существуют в русском языке. Современные классификации способов словообразования берут свое начало от известной классификации академика В.В. Виноградова, который, не ставя перед собой задачи разграничения синхронных и диахронных способов, выделил четыре основных способа словообразования.

1. Лексико-семантический;
2. Лексико-синтаксический;
3. Морфолого-синтаксический;
4. Морфологический.

Перейдём непосредственно к составлению словообразовательного гнезда от слова друг.

**Друг – друг, товарищ.**

друж-о'к

дружо'ч-ек

друж-и'щ-е

дру'ж-е

дру'ж-к-а

дру'ж-н(ый)

дру'жн-о

не-дру'жно,,1

дру'ж-еств/енн(ый)

дру'жественн-о

друж-и'-ть

дружи'ть-ся  
раз-дружи'ть  
раздружи'ть-ся  
с-дружи'ть  
сдружи'ть-ся  
сдруж-а'-ться  
сдруж-а'-ть  
у-дружи'ть  
удруж-а'-ть

В данном фрагменте наблюдается строго определённая структурированность и упорядоченность, каждый дериват занимает в гнезде предусмотренное системой языка и закреплённое в норме место.

Данное словообразовательное гнездо характеризуется большой глубиной и сложностью, а самой продуктивной в нём является двенадцатая ступень деривации (дружить), на которой образовано наибольшее количество производных.

Таким образом, этимологическое гнездо отражает языковую ситуацию, обусловившую возникновение того или иного слова. Исследование отдельных языковых единиц помогает найти выход в духовный мир народа, понять его языковую картину мира. Однако вопрос о словообразовательных гнездах является одним из значительных и, в то же время, недостаточно разработанных аспектов современной дериватологии.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Ю. В. Крылов*

**Н. В. Туркало**

*(магистрантка I курса, направление «Филология», магистерская программа «Коммуникативные аспекты изучения русского языка», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СЛОВО ТРУДОГОЛИК В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ: ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

Работа посвящена изучению особенностей семантики и функционирования слова *трудоголик* в современном русском языке. Исследование проводится на материале интернет-форумов.

*Ключевые слова:* семантика, прагматика, заимствование, динамические процессы в лексике.

Изменение и переосмысление значения слова *трудоголик* происходит в связи с развитием русского языка под влиянием заимствований из английского языка. Западная лингвокультура оказывает огромное влияние на изменение словарного состава русского языка, поэтому привычное для европейских языков слово *трудоголик* приобрело новое значение в современном русском языке.

Анализ контекстов показал, что можно говорить о разделении мнений участников форумов о трудоголиках: представлено как положительное, так и отрицательное отношение. Сделан вывод о том, что большинство контекстов содержат негативные оценки, где феномен *трудоголик* сравнивается с болезненной зависимостью. Такой оценке сопутствуют слова: *наркотик, ломка, нервозность*.

Очень часто носители русского языка, негативно оценивая *трудоголика*, строят свою речь на противопоставлении «работа – личная жизнь», где работа квалифицируется как *важная*, а личная жизнь – *второстепенная*. Многочисленные контексты указывают на полное отсутствие семейной жизни у трудоголиков (*Сама не люблю трудоголиков. Это, как правило, очень обиженные жизнью люди. У них нет нормальной личной жизни, поэтому они и стремятся реализовать себя в работе*). Очень много контекстов строится на противопоставлении лексем *дом* и *работа*: *Просто они привыкли растягивать рабочие дела, не торопиться домой, ведь на работе им просто комфортнее. За-*

*чем бежать домой, если там маленький ребенок, которому надо уделять внимание, помогать по дому.*

Анализ современного интернет-дискурса позволил нам выявить также некоторые положительные черты характера *трудоголика*. Позитивная оценка содержится в меньшем количестве контекстов. В большинстве своем этим словом обозначают людей, стремящихся к независимости и успешности: *свой бизнес, совершенствоваться, собственное дело*, а также характеризует людей, которые привыкли работать, они считают работу смыслом своего существования. Такой оценке сопутствуют слова: *работать сутками, не мог не работать, лучший отдых – смена работы*. Например: *Если человек много работает на себя в собственном бизнесе, то быть трудоголиком – это хорошо. Хорошо развивать СВОЙ бизнес, совершенствоваться и зарабатывать своим трудом для себя любимого.*

Положительная оценка у слова *трудоголик* обусловлена тем, что человек получает от работы только позитивные эмоции. Переутомление для трудоголиков – не проблема, поскольку увлеченность работой и стремление посвящать ей много времени и сил указывают на целеустремленность человека и его здоровые амбиции: *Есть трудоголики, которые просто любят работать. Таким был мой папа. Он работал дома руками (делал мебель в советские годы, ремонты и т.п). Он работал дома и интеллектуально – в советские годы печатал диссертацию на машинке, потом разрабатывал документацию уже на ПК и ноуте. Он просто не мог не работать.* Часто такое стремление отражается и на сотрудниках, коллегах. Это выражено в речи лексической единицей *заразный трудоголик*: *Видела одного трудоголика. Она была нашим начальником. Она создала здесь такую атмосферу, что мы на работу приходили, как домой, и все здесь были такие же бешеные и хотели работать. У нее был азарт. Потом поставила себе программу - и работала дома, и на выходных. При ней хотелось ходить на работу. Вот это настоящий, заразный трудоголик!*

Наблюдение над речью современников и анализ интернет-форумов позволяет сделать вывод, что у слова *трудоголик* в современном русском языке произошло расширение семантики, появление новых компонентов в семантике. В современном русском обществе престижно быть независимым и обеспеченным, много работать, поэтому у слова *трудоголик* появляется положительная оценка.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
Л. Н. Храмова

**А. С. Усачёва**

*(студент 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ ОФИЦИАЛЬНЫХ НАЗВАНИЙ ПРОФЕССИЙ И ДОЛЖНОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

В работе рассматривается система официальных номинаций лиц по профессии, обобщаются данные по разным способам их образования, характеризуются разные типы номинаций, фиксируется включение новых названий в эту систему.

*Ключевые слова:* типы номинаций, официальные названия лиц по профессии, словообразовательные способы и модели, цельные наименования.

Актуальность работы связана с тем, что в последние годы резко увеличилась сознательная номинативная деятельность в разных сферах языка (Косых, 2016; Языковая номинация, 1977; Яковлева, 2009 и др.); номинация лиц по профессии постоянно находится в сфере внимания лингвистов, начиная с 70-х годов (см. работы А. И. Моисеева, Э. С. Азнауровой, Т. П. Чепеловой, А. В. Яковлевой, М. А. Черных, Я. Лю, В. Я. Воронцовой), а также с тем, что номинативная деятельность относится к современному интегральному подходу в лингвистике, так как включает в себя проблемы лексикологии, словообразования, синтаксиса и стилистики.

Целью работы является систематизация способов номинаций лиц по профессиональной принадлежности (далее – НЛПП).

Языковым материалом послужил официальный список профессий и должностей «Номенклатура специальностей РФ» «Общероссийский классификатор профессий и должностей РФ» и «Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих, должностей руководителей, специалистов и других служащих».

В современную речь активно входят новые НЛПП (*бариста, шоколатье, дилер*), как заимствованные, так и созданные на русской почве, которые в офици-

альной терминологии не всегда находят отражение, однако постепенно и в ней происходят изменения. Это связано с тем, что в русском языке уже имеется сложная система номинаций, которую необходимо характеризовать по ряду критериев, и тогда станет ясно место новых номинаций в общей системе. При характеристике НЛПП учитывалось несколько критериев: количественный, уровневый, структурно-семантический.

Спецификой системы НЛПП является наличие однословных номинаций (*кассир, чертежник*) и неоднословных (*оператор диспетчерской службы, заведующий отделом стандартизации*), которые создаются с опорой на лексико-семантические, словообразовательные и синтаксические модели.

По лексико-семантическому критерию выделяются исконно русские (*токарь, пекарь*) и возникшие на русской почве номинации (*маникюриша, экспедитор*); семантически-мотивированные (*механик, психолог*) и немотивированные (*бухгалтер, дилер*).

В словообразовательной характеристике НЛПП учитываются как основные способы образования: суффиксальный (*оценщик, администратор*), сложение (*клеевар, пробоотборщик*), субстантивация (*миксеровой*), так и типовые модели, включающие их семантику: названия лиц по действию (*контролер, красильщик*), по создаваемому предмету (*вафельщик, мармеладчик-пастильщик*), по используемому средству (*тракторист, обойщик*) и др.

Неоднословные номинации типичные для официальных наименований служат для конкретизации сферы деятельности: *мойщик шерсти (валяльно-войлочное производство), маляр по отделке декораций*; для уточнения названия специалиста (*бухгалтер-ревизор*) и для разграничения профессий в смежных сферах деятельности.

Они создаются с использованием различных синтаксических связей: управления (*инженер по автоматизации и механизации производственных процессов*), согласования при помощи определений (*секретарь незрячего специалиста*), с использованием аппозитивной связи (*инженер-лаборант*) и др.

Новые названия профессий, попадая в эту систему, строятся по тем же моделям, ср: *менеджер по рекламе, менеджер по связям с и [HYPERLINK "http://www.rabota-102.ru/ekts-03-1-44-menedzhersvayz.php"](http://www.rabota-102.ru/ekts-03-1-44-menedzhersvayz.php) и [HYPERLINK "http://www.rabota-102.ru/ekts-03-1-44-menedzhersvayz.php"](http://www.rabota-102.ru/ekts-03-1-44-menedzhersvayz.php) вестрами, техник по защите информации* и под.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф.

*И. П. Матханова*

**А. А. Фарафонова**

*(студент 4 курса, специальность «Издательское дело»,  
профиль «Книгоиздательское дело», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ**

В тезисах рассматриваются особенности рекламных коммуникативных стратегий.

*Ключевые слова:* реклама, стратегии, коммуникация.

Длительное время понятие рекламы было связано с распространением в обществе информации о товарах и услугах с помощью всевозможных средств коммуникации. Постепенно от рекламы стали отделяться коммуникационные направления, которые стали самостоятельными, а рекламная деятельность преобразовалась в социальный институт. Сейчас реклама не только даёт информацию о товарах, но и формирует у покупателя определенные потребности, эстетические вкусы, нравственные ценности. Реклама является особой формой коммуникации между рекламодателем и потребителем, которая распространяется через специализированные рекламные каналы и при помощи СМИ.

Ф. И. Шарков выделяет основные характеристики рекламных коммуникаций: нелинейный характер; обратная связь в коммуникации носит вероятностный и неопределенный характер; рекламируемый товар является законным; в рекламном обращении основное внимание уделяется преимуществам рекламируемого товара или фирмы.

Систематическое повторение рекламных коммуникативных действий оказывает определенное психологическое воздействие на потребителя.

Французские исследователи А. Катля и А. Каде выделили основные функции средств массовой информации: функция антенны; функция усилителя; функция фокуса; функция призмы; функция эхо. В рекламе используются все функции. Реклама-антенна для введения новых установок или стиля потребления. Реклама-усилитель используется для преувеличения изменения в моде. Реклама-фокус предлагает «новый образ жизни», а значит и новые товары, которые будут соответствовать данному образу жизни. Реклама-призма обращается

к различным группам потребителей и товарам различного ассортимента. Реклама-эхо стоит на защите интересов семьи, домохозяек и традиционных ценностей.

В когнитивном компоненте информация о товаре или услуге перерабатывается с помощью психических процессов: ощущение, восприятие, мышление, память, внимание и т. д. Эмоциональный компонент восприятия рекламы является важным на этапе проявления интереса к товару или услуге. Использование теоретических знаний психологии цвета и результаты анализа цветовой гаммы в оформлении товара, формировании элементов имиджа, моделировании рекламных обращений позволят увеличить эффективность воздействия на потребителя или наблюдателя. Поведенческий компонент восприятия рекламы определяет завершающую стадию воздействия рекламного сообщения на потенциального потребителя.

Таким образом, реклама является средством коммуникации, т. к. рекламное обращение передаётся по различным информационным каналам от рекламодателя к потребителю. Реклама выполняет функции передачи информации, выражению смысловой и оценочной информации и воздействует на получателя. Коммуникация между продавцом и покупателем происходит через средства массовой информации, ожидая обратного действия от потребителя.

Научный руководитель – д-р ист. наук, профессор  
*С. Н. Лютов*

УДК 81.366

**И. В. Фелькер**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОБРАЩЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

В работе описаны некоторые особенности семантики современного русского обращения.

*Ключевые слова:* обращение, дореволюционные обращения, современные обращения, лексический состав обращения.

Впервые термин "обращение" появился в "Кратком руководстве к красноречию" М. В. Ломоносова: «Обращение есть, когда слово обращаем к другому лицу, подлинному или вымышленному, от того, которого само настоящее слово требует».

В XX в. особого внимания заслуживают работы А. А. Шахматова: «Обращение – это слово или словосочетание, соответствующее названию 2-го лица, к которому обращена речь говорящего». Однако Шахматов, как и многие, считал, что «обращение стоит вне предложения и не является поэтому членом предложения». Профессор В.Е. Гольдин высказал предположение о выделении группы существительных, предназначенных служить именно обращениями и выполнять регулятивную функцию – обращений-регулятивов (*голубчик, милоч, браток, дружок, душенька* и мн. мн. др.) и группы существительных – обозначений социальных ролей – обращений-индексов (*товарищ, милиционер, пассажиры, пешеходы, папа, дочь* и мн. мн. др.). В. Е. Гольдин отмечает, что обращений-индексов в нашей речи очень много. Любое название, примененное для обозначения адресата, – индекс. Обращений-регулятивов, по его мнению, гораздо меньше, потому что они приспособлены выражать только типичные, часто повторяющиеся отношения между людьми. Некоторые из регулятивов вообще почти никогда не используются как именованья.

На протяжении веков менялись способы выражения обращений, их лексический состав, изменялись функции обращения в зависимости от времени. В дореволюционную эпоху употребление общепринятых обращений было строго регламентировано, соответствовало реальному социальному рангу людей. Дореволюционные обращения различали пол адресата, подразумевали определенный и достаточно высокий социальный статус адресата и обычно использовались совместно с фамилией, должностью т. д. Так, например, *благородие* указывало на дворянское происхождение. А вот *высокоблагородие* было титулом штаб-офицера, майора, полковника и всех приравненных к нему чинов. *Девушкой* называли служанку, горничную; известен титул приближенной к госпоже дворовой девушки – барская барышня.

В настоящее время в России не существует конкретных правил, регулирующих то, как следует обращаться к незнакомым людям в различных ситуациях. Это обусловлено тем, что после 1917 года большинство норм дореволюционного речевого этикета прекратили свое существование. Общепринятые формы обращения «господин», «госпожа», «сударь», «сударыня», «ваше благородие» и многие другие были заменены словами «товарищ», «гражданин» и «граждан-

ка». Одним из последствий «эпохи перемен» начала 90-х годов XX века стало то, что многие стали считать неприемлемыми и эти формы обращения.

При обращении к незнакомому человеку бывает очень трудно подобрать вежливое *нейтральное* слово. Обращения «женщина», «мужчина» нарушают нормы речевого этикета, свидетельствуют о недостаточности речевой культуры говорящего. Е. А. Жукова называет эти обращения женщина «южнороссийскими», хотя, без сомнения, это не региональное, а общероссийское явление. Они могут восприниматься адресатом как неуважение к нему, даже оскорбление, недопустимое фамильярничание. А.Г. Балакай совершенно справедливо относит обращения мужчина, женщина к просторечным. Обращение женщина «звучит чудовищно». Неприемлемость этих обращений связана, конечно, с тем, что они акцентируют идею пола, выводят признак пола на первый план. Нынче очень распространено обращение по обобщенному половому признаку: «Мужчина! Вы последний за сахаром?» Вынужден откликаться: «Нет, женщина! За мной еще женщина. Отошла» (Ю. Соколов. Я к вам пишу).

К людям молодого возраста обращаются *молодой человек* или *девушка*. А. Г. Балакай находит следующие прагматические оттенки у этих обращений. Молодой человек – вежливое или официальное обращение значительно старшего по возрасту к незнакомому юноше, молодому мужчине; официально-вежливое, снисходительное, с оттенком упрека или назидания обращение старшего по возрасту, положению к юноше, молодому мужчине. Обращение *девушка* квалифицируется им как разговорное (обращение к незнакомой девушке, молодой женщине) или просторечное (обращение к продавщице, официантке, приемщице службы быта).

Отсутствие общепринятого обращения позволяет делать выводы не только о языке, но и о состоянии социума. Язык свидетельствует, что русские не знают, как обращаться друг к другу. «Товарищи» упразднены, «граждане» по глупости начальства превратились в нечто сомнительное, «господа», принятые с недавних пор в официальных бумагах, в живой речи практически не звучат. Обыватель титулет друг друга по половому признаку: «Эй, мужчина!» и «Эй, женщина!» Это страшно, потому что свидетельствует о национальной растерянности.

Однако уже то, что обращения *мужчина*, *женщина* отвергаются культурной средой и заменяются словами «извините», «простите», может быть расценено как движение в сторону политической корректности. Что касается знако-

мых людей, то в соответствии с правилами хорошего тона их надо как можно чаще называть по имени или по имени и отчеству.

Таким образом, обращение – одно из главных средств, выработанных языком для обслуживания человеческого общения в социуме. Оно непосредственным образом связано с историей народа, с изменениями в жизни и социальной структуре общества и не только участвует в организации направленности речи, но и одновременно становится социальным регулятором общения.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Ю. В. Крылов*

УДК 81'242

**Д. М. Чекова**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СОЮЗА ИБО В СОВРЕМЕННОЙ РЕЧИ**

Работа посвящена исследованию функционирования союза *ибо* в современной речи. Были выявлены функции употребления союза *ибо* на материале Национального корпуса русского языка.

*Ключевые слова:* стили речи, союз, книжный союз, *ибо*, разговорная речь.

Предметом исследования является книжный союз *ибо*, который в словарях имеет помету *устар.* Однако в настоящее время наблюдается рост использования этого союза, причем не только в письменной, но и в устной речи.

Целью работы является выявление и характеристика функций союза *ибо*.

Ещё в XIX веке В. И. Даль отмечал в своём словаре архаичность этого союза и его малоупотребляемость. Постепенно архаичность союза *ибо* становилась менее выраженной. А. С. Пушкин, Н. В. Гоголь и другие писатели активно использовали этот союз в своих произведениях. В. В. Виноградов пишет, что

«в газетно-публицистических стилях современного языка употребление союза *ибо* снова получило более широкое распространение» (Виноградов, 1986).

В большинстве словарей союз имеет помету «книжное» (Евгеньева, 1984; Ожегов, Шведова, 1996; Кузнецова, 1998; Ушаков, 1995). Раньше союз *ибо* употреблялся только в книжной речи, однако в современном русском языке видна тенденция к выходу союза за рамки книжного стиля, мы можем наблюдать его употребление и в разговорной речи. М. В. Теляковская делает вывод о том, что союз *ибо* в современном русском языке становится всё более стилистически нейтральным, хотя и сохраняет ещё сильный налёт книжности (Теляковская, 2012, с. 323).

На основании анализа примеров из НКРЯ были выявлены цели и функции употребления союза *ибо* в современной речи. Целью употребления союза может быть, например, построение разговорной речи по моделям книжной при помощи книжного союза *ибо*. Рассмотрим примеры. *Однако национализация в нынешних условиях означает окончательное уничтожение этой, оставшейся от советских времён, собственности. Ибо нынешнее государство представлено не народом, а гигантской сворой безнаказанных, алчных чиновников, приватизировавших само государство.* (А. Проханов, 2003.08.06). Цель такого приёма – придание достоверности, авторитетности, представительности. Это достигается за счёт книжности союза, а книжная речь отличается точностью, логичностью.

Также союз применяется для создания комического эффекта. Например: *Каюсь в заключительный раз. Ибо вступил на опасную дорожку нарушения неписанного в корпоративной журналистике закона: не трогать ближнего своего – собрата по перу.* (А. Кривцов). Это происходит благодаря совмещению разговорной речи и книжного союза. Если попробовать заменить союз *ибо* в этих случаях на нейтральный союз, то исчезнет и комический эффект, и экспрессия.

Союз *ибо* может использоваться для обобщения, цитирования, с его помощью может подчёркиваться принадлежность к философской, теологической, ораторской речи, союз может формировать прагматическую установку, как, например, в следующем контексте: *Национальная идея не может возникнуть на пустом месте, формировать её должна национальная газета. Кому нужны такие издания: государству или обществу? И государству, и обществу, ибо в подходах к вопросу о национальной идее они имеют (должны иметь) общие позиции. Сколько должно быть национальных газет? Думаю, 2-3-4, не больше.*

(«Витрина читающей России», 2002.10.25). При помощи союза здесь выражается официальное мнение.

На фоне нейтральных слов союз *ибо* служит для выделения отдельных фрагментов предложения, как, например, в следующем случае: *Кинозал по ту сторону, повторимся, пуст; по эту — полон, **ибо** пятница, 28 ноября, первый день фестиваля «Светлые дни», и все ждут чего-то, но только что это «что»?* (LiveJournal (2004).

Таким образом, если раньше союз *ибо* употреблялся только в высоком стиле, то в современном русском языке союз активно используется в публицистике, в неформальном интернет – общении, а также в разговорной речи.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*М. В. Шпильман*

УДК 81'367+81'37

**Е. В. Шеманюк**

*(студент 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ГЛАГОЛОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ВЫСКАЗЫВАНИЯХ: РЕФЕРЕНТНАЯ И ОЦЕНОЧНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

В работе анализируются семантические типы высказываний с отыменными глаголами деятельности, устанавливаются взаимосвязи предикатов с окружающим контекстом: конкретными действиями, подвергающимися обобщению и средствами выражения оценки.

*Ключевые слова:* предикаты деятельности, оценочные значения слова и высказывания, отыменные глаголы.

В современной лингвистике всё больше внимания уделяется изучению семантических типов предикатов (Ю.Д. Апресян, Т. В. Булыгина, О. Н. Селивёрстова, Е. В. Падучева и др.). Кроме уже охарактеризованных *предикатов*

действия, состояния, отношения и других, признаётся необходимым изучить *предикаты деятельности*, под которыми Ю. Д. Апресян в своей фундаментальной классификации говорит о том, что деятельность – это глагол, который обозначает совокупность различных действий, имеющих одну конечную цель, при этом время существования ситуации, именуемой данным глаголом, растягивается на несколько раундов наблюдения. Хотя лингвисты выделяют некоторые черты этой группы (Ю. Д. Апресян, Е. В. Падучева, И. П. Матханова и др.) поведение глаголов деятельности в высказывании ещё не более предметом специального исследования.

Целью работы является характеристика глаголов деятельности (*оптимизировать, актуализировать, стабилизировать*) в высказываниях.

Языковым материалом послужили текстовые фрагменты с глаголами деятельности (*оптимизировать, актуализировать, стабилизировать*), извлечённые из Национального корпуса русского языка (НКРЯ) в количестве более 100.

В результате анализа функционирования отымённых глаголов (*оптимизировать, актуализировать, стабилизировать*), относящихся к глаголам деятельности были выделены две группы: 1) высказывания, в которых глагол деятельности обобщает ряд названных конкретных действий: *...для дальнейшего поддержания собственной рентабельности страховщикам необходимо **оптимизировать** бизнес-процессы – от ввода полисов и урегулирования страховых случаев до сегментации клиентов, выстраивать мультимедийную систему дистрибуции, развивать продуктовую линейку и совершенствовать систему риск-менеджмента* (Наталья Данзурун. НКРЯ); 2) высказывания, в которых глагол деятельности не соотносится с другими действиями: *Войско, правда, небольшое. Поскольку численность дипломатов **«оптимизировали»***. (А. Лившиц. НКРЯ).

Ещё одна характеристика этих высказываний связана с оценочностью, которая представлена в глаголах как положительная – явно (*оптимизировать*) или менее явно (*активизировать, стабилизировать*), но может быть либо подчеркнута другими средствами контекста (*При этом продолжим **оптимизировать** региональную сеть – этим мы постоянно занимаемся уже много лет. Это правильный процесс для компаний, сеть продаж которых насчитывает несколько сотен офисов. В этом есть какой-то позитив...* (Майя Тихонова. НКРЯ); никак не подчеркивать оценку: *«МегаФон» постарался **оптимизировать** сеть таким образом, чтобы при загрузке больших объемов данных скорость снижалась, освобождая ресурс для других абонентов мобильного доступа* (Н. Рыжкова.

НКРЯ); менять знак оценки на другой: *В 1970-е ... СССР и ... Англия взялись рьяно оптимизировать ... неперспективные сельские поселения, в том числе закрывая малокомплектные сельские школы. Но после закрытия сельских школ очень быстро и в СССР, и в Англии начали исчезать и сами деревни. Без школы они оказывались нежизнеспособными* (А. Никулин. НКРЯ).

Эти взаимосвязанные особенности анализируемых высказываний позволяют использовать их в различных целях: отсутствие указания на конкретные акты, включаемые в обобщённую деятельность позволяет представить её как положительную; представить неодинаковые позиции разных участников на одну и ту же ситуацию при столкновении положительной оценки предиката деятельности – его конкретизаторов; воздействовать на адресата при помощи нагнетания средств положительной оценки и др.

Коммуникативные возможности родовых высказываний требуют дальнейшего исследования.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф.

*И. П. Матханова*

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

---

УДК 372.016

**И. В. Вегнер**

*(студентка 4 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **«УЧЕНИЕ С УВЛЕЧЕНИЕМ»: УРОК РАЗВИТИЯ РЕЧИ**

В тезисах излагается методика проведения диалогического урока развития речи, направленного на подготовку к сочинению-рассуждению и развитие рефлексии учащихся.

*Ключевые слова:* урок развития речи, диалог, работа с текстом, рефлексия учебных затруднений.

Каждый этап урока представляет собой обсуждение и анализ фрагментов текста, их осмысление, рассуждения учеников о личном опыте. В конце занятия предполагается написание чернового варианта сочинения.

Урок строится на материале текста Л. С. Соловейчика «Учение с увлечением», в котором противопоставляются два вида учения. С одной стороны, существует «учение с мучением», при котором человек не может заставить себя сесть за изучение нового, сложного материала. С другой стороны, есть «учение с увлечением», когда человек всеми силами стремится достичь решения сложной задачи, усердно работает и ему удаётся найти ответ, преодолеть себя.

О том, что урок будет проходить в форме диалога, ученикам сообщается перед началом работы. Во время обсуждения особенностей данной формы ученики приходят к выводу, что им необходимы правила, которые помогут поддерживать дисциплину и взаимодействие участников диалога, например: не перебивать говорящего, слушать внимательно и до конца, не критиковать мнения других.

Перед первым предъявлением текста даётся установка отметить, как меняется мысль автора. Ученики пытаются проследить логику авторского перехода от «учения с мучением» к «учению с увлечением», обращают внимание на

ключевые слова и формулируют основную мысль текста. После этого сообщается тема будущего сочинения-рассуждения: «На свете есть два вида занятий: учение с мучением и учение с увлечением».

На следующем этапе учитель читает второй абзац текста, тем самым переходя к теме «учение с мучением». Ученикам предлагается ответить на вопросы: «А что для вас является «учением с мучением»? В какой момент вам становится тяжело?» Для того чтобы ученикам было легче конкретно ответить на второй вопрос, отрефлексировать свои затруднения, учитель предлагает им обратиться к материалам учебника и записям в рабочих тетрадях. Затем школьники фиксируют свои мысли в тетради – так организуется собирание материала к сочинению.

Переход к части – «учение с увлечением» – начинается с прочтения третьего абзаца текста. Затем проводится беседа по вопросам условно личного характера: «Кто или что мотивирует вас учиться? Когда вам действительно нравится учиться?». После диалогического обсуждения даётся время для записи собственных размышлений.

На завершающем этапе работы рассматривается последний абзац текста. После его прочтения ученики должны сформулировать основную, самую значимую мысль своих рассуждений, определить и сформулировать выводы. В случае затруднения учитель задаёт наводящие вопросы: «Всё-таки что для вас учение? От чего в процессе обучения зависят «мучение» и «увлечение»? Какой совет ты бы дал тому, кто в процессе учебы испытывает мучения?»

В ходе обсуждения учитель лишь задаёт направление темы беседы. Но роль «направляющего» не исключает эмоциональную реакцию на ответы учеников, дополнительные вопросы, слова ободрения, поддержки, рекомендации и другие проявления активного слушания и эмпатии.

Текст С. Л. Соловейчика содействует переходу к личным вопросам, позволяет учителю лучше узнать учеников, определить проблемы и трудности школьников в обучении, спланировать возможную помощь в их разрешении.

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц., проф.

*И. Н. Зайдман*

**А. Н. Кондратьева**

*(студентка 4 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ДИСКУССИЯ НА УРОКЕ РУССКОГО ЯЗЫКА (ПОИСК СЕБЯ)**

В тезисах предложено изучение теоретического материала по теме «Возвратное местоимение» в форме дискуссии на основе художественного текста Дж. Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи».

*Ключевые слова:* обучение русскому языку, возвратное местоимение, эгоизм, любовь к себе.

Работа с текстом на уроках русского языка расширяет потенциал учебного занятия: помогает учителю выйти на разговор о личностных смыслах, переживаниях учеников. В монографии И. Н. Зайдман «Терапевтическая дидактика в обучении гуманитарным дисциплинам» утверждается, что анализ дидактического материала, подобранного на актуальные для школьников темы, облегчает усвоение учебного материала, соответственно, уменьшает психологическую нагрузку. Реализуя содержательно-педагогический компонент терапевтической дидактики, во время закрепления теории о возвратном местоимении «себя» для определения его функции и семантики мы предлагаем два отрывка из повести Дж. Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи», что позволяет выйти в дальнейшем на дискуссию об эгоизме и любви к себе.

*Я решил уехать, пусть родители и выйдут из себя. Решил, что не вернусь больше домой и ни в какую школу не поступлю. Сначала я доеду до соседнего города, оттуда проголосую и поеду дальше, потом опять проголосую, чтобы через несколько дней оказаться далеко на Западе, где тепло и красиво и где меня никто не знает. И там я найду себе работу. Мне было все равно, какую работу делать, лишь бы меня никто не знал и я никого не знал. Я решил сделать вот что: притвориться глухонемым. Тогда не надо будет ни с кем заводить ненужные глупые разговоры. Если кто-нибудь захочет со мной поговорить, ему придется писать на бумажке и показывать мне. Я буду получать за работу жалованье и потом построю себе на скопленные деньги хижину и буду там жить до конца жизни.*

Школьники без затруднений определяют настроение текста («озлобленное», «тревожное»), частотность местоимения «я» и его форм. Последовательно в тексте выделяются отрицательные местоимения и глаголы с отрицательной частицей «не». Ученики определяют эту особенность построения текста, обращая внимание на их повторяемость. Затем шестиклассники находят местоимение «себя» в данном фрагменте и предпринимают попытку определить, с какой целью оно дублируется. Ученикам было предложено провести лингвистический эксперимент: убрать местоимение «себя» из текста и понаблюдать, как изменится его смысл. Если школьники отвечают, что смысл остается прежним, учитель продолжает развивать эту мысль: значит, употребление возвратного местоимения не оправдано, тогда по какой причине оно употреблено в тексте, как и большое количество отрицательных местоимений, глаголов с отрицательной частицей? При обсуждении ученики приходят к мысли, что герой «зациклен» на себе, дистанцируется от окружающего мира. Так создаются условия для разговора об эгоизме и любви к себе. Учитель предлагается поразмышлять над вопросом: «Эгоизм и любовь к себе – это разные вещи или одно и то же?» Попутно анализируется семантика фразеологизмов «себе на уме», «быть в ладу с собой», выражения «проявить себя» и «найти себя».

Затем предъявляется следующий отрывок с установкой определить, какую роль играет местоимение «себя» в этом фрагменте:

*Понимаешь, я себе представил, как маленькие ребятки играют вечером в огромном поле, во ржи. А я стою на самом краю скалы, над пропастью, понимаешь? И мое дело – ловить их, чтобы они не сорвались в пропасть. Вот и вся моя работа.*

Ученики в ходе рассуждений определяют: с одной стороны, герой говорит, что представил себе своё будущее, с другой – рассказывает это кому-то, повторяет «понимаешь», он взволнован. Здесь местоимение «себя» не усиливает эгоцентризм, а наоборот, демонстрирует, как герой мыслит, соединяет его с миром. Учитель спрашивает, разные ли это персонажи, затем сообщает, что в отрывках представлен один и тот же герой. Он переживает разные состояния, определяет собственную жизненную позицию – это и есть поиск себя.

Таким образом, работа с текстом на уроке русского языка позволяет, соединяя дидактически и психолого-педагогические задачи урока, обратить внимание школьников на их собственные переживания.

Научный руководитель – канд. пед. наук, проф.

*И. Н. Зайдман*

**М. Н. Станкевич**

*(студентка 4 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **УРОВЕНЬ ОСВОЕННОСТИ СЛОВ С СУФФИКСОМ –ИНГ УЧАЩИМИСЯ 10 КЛАССА**

Автор приводит результаты исследования умений учащихся разграничивать заимствованные и собственно русские слова с суффиксом –инг, выясняет актуальность и лексическую освоенность учащимися этих слов.

*Ключевые слова:* морфемика, словообразование, заимствованные слова, способы словообразования, 10 класс.

Слова с аффиксом -инг, несмотря на широкую распространенность в современном русском языке, в разделы школьных учебников («Лексика», «Словообразование и морфемика») включены в небольшом количестве.

Для того чтобы выяснить актуальность употребления в речи слов с суффиксом -инг, уровень их лексической и словообразовательной освоенности, также умения отличать эти заимствования от собственно русских слов с таким же суффиксом, в 10 классе на уроке русского языка был проведен констатирующий эксперимент – срезовая работа, состоящая из трех заданий.

Десятиклассникам был предложен ряд заимствованных слов с суффиксом -инг, которые они должны были распределить в соответствии со следующими условиями: 1) употребляемые учащимися слова, 2) слова с известным лексическим значением (записать его). Наиболее употребляемыми оказались *кастинг, рейтинг, пирсинг, смокинг, тренинг, роуминг* – эти слова отметили более половины учащихся. Как менее используемые были отмечены *квиллинг, брендинг, брифинг*. Для того чтобы выяснить, насколько точно ученики понимают лексические значения приведенных слов, мы выделили главные семы в каждом из полученных лексических значений, сопоставив их с лексическим значением Словаря заимствованных слов Е. Н. Шагаловой и Толкового словаря иностранных слов Л. П. Крысина. О большинстве слов у учащихся имеется верное пред-

ставление, наиболее точно сформулированы лексические значения слов *кастинг, рейтинг, пирсинг, смокинг, тренинг, армрестлинг, допинг*.

Задание на определение однокоренных слов показало, что более словообразовательно освоенными учащимися являются слова *шопинг и картинг*: правильно определили производные от этих слов 75% школьников.

Около третьей части учеников верно определили производные от слов *паркинг, картинг, мастеринг*, но сами эти слова как исходную базу не рассматривали.

Задание на разграничение заимствованных и созданных на почве русского языка слов с аффиксом *-инг* позволило определить, какие слова учащиеся ошибочно относят к заимствованным, а какие – к собственно русским. К собственно русским словам большая часть десятиклассников отнесла *мониторинг, тюнинг, картинг*, к иноязычным – *постинг, пиаринг, пехтинг*. Рассмотрение слов *постинг* и *пиаринг* как заимствованных можно объяснить широким употреблением их исходной базы *пост* и *пиар* (происхождение которых не вызывает сомнения). Вероятно, затруднения вызваны также тем, что некоторые новые слова в русском языке образуются не изучаемыми в школе способами словообразования, поэтому был непонятен телескопический способ образования слова *пехтинг* (*Пехтин* + *-инг*), а не суффиксальный (*пехт-* + *-инг*), при этом корень слова мог быть незнаком ученикам.

Констатирующий эксперимент показал, что слова с аффиксом *-инг* учащимися 10 класса лексически более освоены, чем словообразовательно. Учащиеся активно употребляют эти слова в речи, но точно сформулировать их лексическое значение многие затрудняются, у них недостаточно знаний о возможностях русского словообразования. При разграничении собственно русских и заимствованных слов основные трудности связаны с незнанием возможностей русского словообразования на базе заимствованной лексики; десятиклассники часто не видят мотивирующую базу, осложняет анализ также лексическая неосвоенность ряда заимствованных слов с аффиксом *-инг*. Основные затруднения вызывают слова, созданные с помощью присоединения аффикса *-инг* к русской основе (*пехтинг, турникинг*) – они рассматриваются как заимствованные.

Поскольку англицизмы активно пополняют современный русский язык, их изучение в школьном курсе представляется актуальным.

Научный руководитель – канд. пед. наук, проф.

*И. Н. Зайдман*

**Е. Ю. Черней**

*(студентка 4 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **УМЕНИЕ ШКОЛЬНИКОВ ОПРЕДЕЛЯТЬ ПЕРЕХОДНЫЕ ЯВЛЕНИЯ В РАЗРЯДАХ ИМЕН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ**

Автор выявил умения шестиклассников определять разряды как стандартных имен прилагательных, так и функционирующих в контексте, а также представления школьников о значении слова *китайский*.

*Ключевые слова:* русский язык, разряды имен прилагательных, семантика, переходные явления.

Анализ учебников русского языка по теме «Разряды имен прилагательных» показал: в каждом учебном комплексе отводятся параграфы на изучение разрядов имен прилагательных, но теоретического материала, связанного с переходными явлениями, недостаточно. Языковой материал упражнений предоставляет возможность анализа переходных явлений в разрядах имен прилагательных, однако чаще всего предлагаются примеры, где употребление прилагательного в переносном значении очевидно (*лисья хитрость, стальная воля*).

Чтобы выяснить, насколько учениками усвоена тема «Разряды имени прилагательного по значению», был проведен констатирующий эксперимент. Эксперимент включал три задания на определение разрядов имен прилагательных, обнаружение переходных явлений, установление приобретенного значения прилагательного *китайский* в контексте.

В **первом задании** предлагалось определить разряд имени прилагательного: *глухой, письменный, нищий, бежевый, медвежий, отцов, золотой, подготовительный, тетина, опытный, библиотечный, Петин*. В определении разряда притяжательных прилагательных (*отцов, тетина, Петин*) сложностей не возникло, так как в названии разряда заложен его лексический признак, принадлежность лицу или животному. Затруднения вызвало определение разряда у слов *глухой, письменный, нищий, подготовительный, библиотечный*. Школьники относили прилагательные, имеющие в своем составе суффикс -н- или по-

хожую на него морфему, к относительным, так как большинство слов данного лексико-грамматического разряда характеризуется подобным морфемным составом. Ошибки в определении разряда у слов *глухой*, *нищий* связаны с неполным проявлением признаков качественных прилагательных.

**Второе задание** направлено на определение разрядов имен прилагательных в контексте: *На фронте отцовская любовь делает чудеса. Принцесса была так красива! Лебединая шея! Картинная поза; собачьи унты; цветные картинки; легкая промышленность; заячья натура; цветные металлы.* В качестве языкового материала выбраны предложения и словосочетания, почти не встречающиеся в школьных учебниках, чтобы выяснить, как учащиеся находят переходные явления, какими способами доказывают, к какому разряду относится имя прилагательное в данном контексте. Самым распространенным доказательством стало указание значения, которое приобретает имя прилагательное в контексте. В словосочетании *лебединая шея* – ‘очень тонкая’, *картинная поза* – ‘красивая’ и т. под. Чаще всего школьники не учитывают роль контекста для определения разряда имени прилагательного (*“собачьи унты”* имеет значение ‘ботинки принадлежат собаке’).

В третьем задании учащимся надо было определить разряд имени прилагательного *китайский* в контексте. Данное упражнение вызвало у детей интерес и положительные эмоции своей необычностью. Результаты подтвердили нашу гипотезу о том, что прилагательное *китайский* чаще употребляется не в прямом значении, а в переносном (‘плохой’, ‘неудачный’, ‘некачественный’, ‘поддельный’, ‘ужасный’), переходит из разряда относительных в качественные.

Констатирующий эксперимент показал, что большинство учащихся знают разряды имен прилагательных по значению. Затруднения возникают при обнаружении перехода прилагательных из одного лексико-грамматического разряда в другой, что связано с недостаточной практикой в определении, неумением видеть значения, приобретенные прилагательными в контексте.

Научный руководитель – канд. пед. наук, проф.  
И. Н. Зайдман

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАДИЦИОННЫХ И НОВЫХ МЕДИА

---

УДК 2-67

**В. А. Бабинцева**

*(студентка 2 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## ОСОБЕННОСТИ СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ МОДЕЛИ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛОВ ПРОТЕСТАНСКОЙ ТЕМАТИКИ

На примере интернет-порталов "МЕМО", "Мир Вам!" и "Пакет идей" описана специфика христианской журналистики на современном этапе развития общества, в том числе как инструмент, позволяющий личности реализовать потребность в духовном самоопределении.

*Ключевые слова:* клерикальная пресса, христианская журналистика, православная журналистика, протестантская журналистика, католическая журналистика.

Россия является государством, которое исповедует христианство, преимущественно православное. Небольшая доля россиян отдаёт предпочтение протестантизму или же католицизму (другим направлениям христианства). Это определяет потребность значительной части населения страны в религиозном просвещении, интерес к новостям и позициям, определяющим развитие христианства сегодня.

Протестантами в РФ считают себя 350000 человек, проживающие в разных городах, поэтому главной целью интернет-порталов и других СМИ христианской тематики является объединение протестантов России и формирование общения между ними, а также с верующими других религий и направлений христианства. Также одной из целей протестантизма в СМИ является развитие и расширение влияния данного христианского направления в России. Интернет-ресурсы позволяют с помощью новостных и публицистических материалов сообщать своим читателям о действенности и развитии протестантизма, о событиях, актуальных для христианства и т.д. Специфику христианской журналистики, независимо от направления, прежде всего, составляет способность пода-

вать информацию так, чтобы она была понятна и доступна представителям разных конфессий.

Христианские издания классифицируются по разным основаниям:

- 1) по территориальному признаку – российские и зарубежные;
- 2) по конфессии – протестантские, православные, католические;
- 3) по форме представления – интернет, печатные, радио и телевидение.

Для определения особенностей христианской журналистики был проведен контент - анализ интернет порталов "МЕМО", "Мир Вам!", "Пакет идей" с марта по апрель 2016 года и с января по май 2016 года ("Мир Вам!").

В ходе проделанной работы были выявлены особенности композиционной и содержательной модели протестантских интернет-порталов:

1. Композиционная модель определяет организацию содержания газеты, ее основные тематические разделы и рубрики.

2. Графическая модель газеты строится на основе композиционной модели. Она фиксирует все важнейшие характеристики дизайна издания, главные элементы графической формы – особенности верстки, иллюстрирования, основные текстовые и титульные шрифты.

3. Содержательная модель состоит из модальности материалов, жанровой «палитры» интернет-ресурса, локальности публикуемых материалов и наличие в них лексико - стилистических особенностей.

Также были определены методы воздействия интернет-порталов на аудиторию. Оказалось, что среди жанров доминируют жанры информационной группы, активно используются мультимедийные возможности, часто встречаются перепечатки с сайтов зарубежных стран.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Кислая*

**Е. Н. Бредихина**

*(студент 3 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПЕЙЗАЖ КАК СЮЖЕТНО-КОМПОЗИЦИОННЫЙ ЭЛЕМЕНТ В УЛИЧНОЙ ФОТОГРАФИИ**

В тезисах на примере сайтов газет «Комсомольская правда», «Аргументы и факты» сделана попытка определить роль пейзажа при создании образов в уличной фотографии, используемой сайтами изданий для иллюстративного оформления контента.

*Ключевые слова:* уличная фотография, пейзаж, композиция, сюжет, контент, урбанизованная среда обитания людей.

Проведённое исследование позволяет выдвинуть гипотезу о том, что не только популярность у профессионалов и любителей фотографии, но и специфика создания уличного проекта в фотодокументалистике, обусловлена прежде всего процессом творческой фиксации неплановых (реалистичных) коллизий, возникающих в урбанизованной среде обитания людей. В связи с этим, вольно, по замыслу автора фотопроекта, целенаправленно изучающего определённые особенности городской жизни, или невольно, в силу сложившихся обстоятельств и условий съёмки в ходе проводимого наблюдения, элементы урбанизованного пейзажа становятся составляющими фотопроизведения. В зависимости от творческой задумки (хотя, возможно, и от сложившихся обстоятельств или по воле случая) атрибуты пейзажа могут формироваться в виде главных объектов, так называемых СКЦ (сюжетно-композиционных центров), или второстепенных, но, безусловно, имеющих определенное значение при интерпретации фотографии.

На стадии теоретического освоения темы исследования, в процессе анализа вторичной информации, мы пришли к выводу о том, что пейзаж в уличной фотографии может быть использован, с одной стороны, как элемент акцентирования внимания зрителя на главном, а с другой, – в виде дополнительных атрибутов, входящих в так называемый антураж, создающий обстановку сцены

съёмки; в-третьих, как случайная, нередко излишняя деталь, «ломающая» изначальное сюжетно-композиционное представление автора.

Урбанизированный пейзаж как элемент уличной фотографии, в силу своей многомерности, явление достаточно сложное, как правило, такой элемент может сочетать в себе несколько объектов, запечатлённых на одном снимке.

Сопоставительный контент-анализ уличных фотографий, опубликованных на сайтах газет «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда» в январе – апреле 2017 года, позволил выявить следующие особенности:

- сайты обоих изданий публикуют, в основном, репортажные сюжеты;
- в «Аргументах и фактах» городской пейзаж и люди на фотографии играют равную роль; в «Комсомольской правде» люди обезличены, в качестве СКЦ, как правило, выступают объекты архитектуры;
- "Комсомольская правда» прибегает к заимствованию фотографий из других интернет-источников, социальных сетей;
- в уличных фотосюжетах на сайтах обоих изданий журналисты «охотятся» лишь за подходящими моментами, игнорируя сюжетно-композиционные принципы построения кадра.

Пилотный анализ небольшого массива уличных сюжетов на сайтах «АиФ» и «КП» наводит на мысль о проявлении в публикациях данных изданий «бессюжетных», случайных фотографий. Но эта гипотеза требует дальнейшей глубокой проверки и верификации на базе более представительного массива.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*А. М. Пазовский*

**С. А. Вагайцева**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент СМИ», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **РЕСТОРАННАЯ КРИТИКА В АВТОРСКИХ БЛОГАХ (на примере блога «VAGAYZEVAS»)**

В тезисах представлен анализ ресторанной критики в авторских блогах, выявлены критерии оценки ресторанной критики.

*Ключевые слова:* ресторанная критика, блог, авторский блог, гастрономический блог.

В настоящий момент тема еды стала культом и объектом для многих передач и изданий. Например, кулинарное тревел-шоу «Еда, я люблю тебя» – гибрид программы о путешествиях и кулинарной программы, где ведущие не просто ездят по разным странам и готовят различные блюда, но и выступают в роли ресторанных критиков, описывая качество и вкусовые ощущения от национальных блюд.

Мы считаем необходимым разводить понятия ресторанной критики и гастрономического блога. Если ресторанный критик обязан иметь соответствующее образование, то гастрономическим блогером может стать любой желающий. В связи с этим мы даем следующее определение термину «гастрономический блогер» – это человек, занимающийся ведением собственного блога или колонки о еде, рецептах и заведениях. Для гастрономического блогера не является обязательным иметь образование в соответствующих сферах, достаточно уметь грамотно излагать свои мысли. Результатом работы гастрономического блогера является пост-отзыв о заведении, блюде или рецепт, опубликованный на его персональной странице или колонке, либо видеоролик (влог).

Распространение гастрономического блога происходит только по сети интернет. В основном, это посты в собственном блоге, на страничке в социальных сетях, на специализированных сайтах, а также видео-блоги (влоги).

Несмотря на то, что с каждым днем количество ресторанных критиков и гастрономических блогеров возрастает, как таковых критериев оценки заведения и качества еды до сих пор не сформировано. На основании всего вышеска-

занного формулируются критерии оценки ресторанной критики: качество кухни, качество оформления подаваемых блюд, качество обслуживания, оценивание атмосферы заведения (интерьер, музыкальное оформление, зонирование, уровень комфорта); полнота и ассортимент барной карты, соотношение цены и качества (сумма счета и его адекватность уровню оказанных услуг).

На данный момент количество гастрономических блогеров преобладает над количеством ресторанных критиков. Это связано, прежде всего, с тем, что сейчас почти у каждого человека есть технические возможности для того, чтобы стать блогером.

Если заведения больше уделяют внимание оценкам ресторанных критиков, то среди потребителей сложилась иная тенденция – они чаще стали прислушиваться к мнениям блогеров и людей, оставляющих свои отзывы на специализированных сайтах. Это связано с тем, что у потребителя сложилось противоречивое мнение о том, что ресторанные критики пишут заказные материалы и им доверять не стоит, так как публикацию проспонсировали заведения, о котором они написали. Зачастую это именно так и происходит.

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц.

*Е. В. Евдокимова*

**К. В. Ваулина**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

**ОСВЕЩЕНИЕ КРИМИНАЛЬНОЙ ТЕМАТИКИ В ФОРМАТЕ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПРОГРАММ И НОВОСТНЫХ  
ЛЕНТ ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАНИЙ  
(на примере телепроекта «Чрезвычайное происшествие»  
и интернет-газеты «Фонтанка.ru»)**

В тезисах рассматриваются особенности освещения криминальной тематики в сюжетах специализированной телевизионной программы «Чрезвычайное происшествие», вышедших в эфире канала «НТВ» в 2016-2017 годах, и материалах интернет-издания «Фонтанка.ru», опубликованных в 2017 году.

*Ключевые слова:* специализированные телепрограммы, интернет-издания, новостная лента, социальная журналистика, криминал.

Сегодня наблюдается востребованность криминальной тематики в эфире современных телеканалов и электронных изданий, так как для сохранения или увеличения своих рейтингов телевизионные и интернет-редакции эксплуатируют интерес зрителей и читателей к различным аспектам криминальной жизни. В связи с этим на всех каналах становится популярным формат специализированных программ о преступлениях и криминале. В новостных лентах электронных изданий также регулярно освещаются различные аспекты криминала. Криминал – девиантное поведение, которое влечет за собой совершение всякого рода нарушений, в том числе и преступного характер.

Как показали результаты контент-анализа 10 выпусков программы «Чрезвычайное происшествие», вышедшие на канале «НТВ» в 2016-2017 годах и 100 текстов интернет-газеты «Фонтанка», опубликованных в 2017 году, криминальная тематика широко представлена как в специализированных программах о преступлениях, так и в новостном контенте неспециализированных интернет-изданий.

Корреспонденты программы «Чрезвычайное происшествие» выбирают значимые информационные поводы (не освещаются преступления, относящиеся к категории «мелких» правонарушений), подробно рассказывают о преступлениях вызывавших общественный резонанс.

Корреспонденты «Чрезвычайного происшествия» снимают сюжеты о различных видах убийств: бытовые, домашнее насилие, превышение самообороны, неосторожность, повлекшая за собой смерть. Пример: *Загадочная смерть. У берегов Паттайи погиб дайвер, который, по версии полиции, является гражданином России. Тело мужчины в гидрокостюме и ластах с перерезанным горлом было привязано к причалу. При этом стражи порядка рассматривают не только убийство, но и версию о суициде* (ЧП, эфир от 20.12.2016 года).

В процессе освещения происшествий связанных с убийствами, журналисты не демонстрируют кровавых сцен и не сообщают шокирующих подробностей. Корреспонденты анализируемой программы делают ставку на качество сообщаемой информации и разнообразие источников: берут интервью у подозреваемого (подсудимого), потерпевшего, разыскивают их ближайших родственников, знакомых для получения дополнительных сведений. Все сюжеты строятся на проверенных фактах, приводится мнение авторитетных экспертов.

Редакция «Фонтанки.ру» для повышения показателей пользовательских просмотров освещает весь спектр преступлений, так как криминальные новости привлекают внимание целевой аудитории. Чаще всего корреспонденты данного электронного издания обращаются к теме хулиганства, так как данный вид преступлений является самым частотным в криминальных сводках, например:

***Петербуржец задержан за стрельбу по машине на улице Мира***

*Не слишком меткая стрельба по автомобилю в Петроградском районе Петербурга обеспечила горожанину знакомство с полицией. Опасную «игрушку» у хулигана забрали* (<http://www.fontanka.ru/2017/05/10/012/>).

В связи с тем, что «Фонтанка» публикует сообщения о криминале в новостной ленте, доминирующим жанром является классическая заметка. В таких текстах сообщается о самом происшествии, при этом, как правило, отсутствуют комментарии участников, свидетелей, специалистов. Для размещенных в данном издании материалов характерен дефицит источников информации, отсутствие их авторизации и ссылка на мнение корреспондентов самой редакции, что снижает уровень объективности и достоверности публикуемой информации.

Как правило, объектом исследования журналистов становятся убийства и преступления насильственного характера, что обусловлено сенсационным ха-

рактором событий, а также частотностью происшествий (более 100 преступлений ежедневно), в итоге у журналистов не возникает проблем с поиском информационных поводов.

Основными критериями для выбора преступлений в качестве информационного повода публикации или телесюжета выступают серьезность правонарушения; причудливые обстоятельства; сентиментальные или драматические обстоятельства; причастность известного лица или лица, обладающего высоким статусом.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*И. Г. Катенева*

УДК 070

**В. В. Гапеева**

*(студент 3 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПУБЛИЧНЫЕ СТРАНИЦЫ ВО «ВКОНТАКТЕ» КАК МЕДИЙНАЯ ПЛОЩАДКА (НА ПРИМЕРЕ СООБЩЕСТВ «АНИРЕАКТ», «ANM17+» И «RUSSIAN COSPLAY»)**

В работе на примерах публичных страниц во «ВКонтакте» «аниреакт», «ANM17+» и «Russian cosplay» выявлены особенности тематических СМИ в социальных сетях и эффективность их работы.

*Ключевые слова:* социальная сеть, «ВКонтакте», специализированные СМИ, японская поп-культура, паблик, публичная страница, современный самиздат, интернет-журналистика, гражданская журналистика.

Социальные сети сегодня занимают важное место в системе коммуникации. Хотя они и не являются средствами массовой информации, однако на их платформе существуют паблики, позиционирующие себя как СМИ. К классификации интернет-СМИ можно добавить новый пункт – паблики СМИ, суще-

ствующие исключительно в социальной сети, новое поколение самиздата, созданного пользователями для пользователей, фанатами для фанатов.

Деятельность редакций таких пабликов подходит под описание гражданской журналистики, которую можно понимать как интеграцию профессиональной журналистики и блогосферы, а паблики в социальных сетях – как площадку для реализации гражданской журналистики.

Чтобы выявить особенности специализированных СМИ в соцсетях, был проведён контент-анализ трёх пабликов, посвященных японской поп-культуре, а также была проанализирована степень реализации мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности.

В ходе исследования определены следующие особенности пабликов, посвящённых японской поп-культуре:

Даже непрофессиональный самиздат в социальной сети сегодня может быть полноценным СМИ. Особенно ввиду отсутствия профессиональных аналогов.

СМИ в социальных сетях гораздо эффективнее своих аналогов, имеющих собственные сайты.

СМИ в социальных сетях совершенствуются, имеют собственные уникальные черты и своем сегменте аудитории могут быть брендом, а равно авторитетом.

Вызванная особенностями платформы конкуренция и необходимость удерживать читательский интерес благотворно влияет на данный сегмент СМИ.

СМИ в социальных сетях стали избегать заголовков, иногда заменяя их на хэштеги, и часто не указывают источник информации. Это негативные тенденции, с которыми необходимо бороться.

Несмотря на некоторые ограничения, социальная сеть как платформа дает СМИ большие возможности, которыми анализируемые нами издания активно пользуются.

Следовательно, публичные страницы и сообщества в социальных сетях, хоть и имеют свои плюсы и минусы, играют важную роль в сегменте онлайн-СМИ. Тематические издания, посвященные японской поп-культуре, могут составить конкуренцию и даже быть более популярными других тематических порталов. И, вероятно, в скором времени СМИ в социальных сетях вытеснят с рынка издания, существующие только на собственных сайтах.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Кислая*

**П. Е. Груздев**

*(студент 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ТВОРЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ ФОТОКОРРЕСПОНДЕНТА НА СТАДИИ ПРИОБРЕТЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОПЫТА**

Автор исследует технологию практического создания событийного фоторепортажа, освоения приёмов и навыков проведения фотосъёмки, отбора снимков, их последующей обработки и формирования в целостное произведение.

*Ключевые слова:* жанры фотожурналистики, навык, опыт, событийная фотосъёмка, фотопублицистика, фоторепортаж.

Из всего многообразия информационных жанров – фотозаметки, отчета, корреспонденции, сессии и т. д. – первое место и по информативности, и по возможностям для творческой реализации автора, и по популярности среди читателей занимает жанр фоторепортажа.

Цель нашего исследования – обобщить процесс освоения и использования начинающим фотожурналистом приемов и техник создания событийного фоторепортажа, изучения и применения накопленного классиками и современными мастерами жанра опыта на стадии поиска собственного творческого стиля. Анализ процесса становления молодого фотожурналиста проведён на основе массива собственных публикаций, размещённых на сайте «НГС.НОВОСТИ» и в газете «Новосибирский район – территория развития».

Индивидуальный стиль фотографа подобен стилю художника. Именно по индивидуальным признакам, заложенным в стилистике произведения, мы и узнаем самого автора работ.

На основе анализа творчества фотомастеров – и классиков, и современников, – осваивая приёмы которых автор исследования нарабатывал и свои творческие практики, нами создана модель собственного стиля фоторепортёра.

Результаты проведенного анализа позволяют считать подтвержденной исследовательскую гипотезу о том, что при создании событийного репортажа для печатных и интернет СМИ на стадии творческого роста и выработки собствен-

ного стиля фотожурналист должен органично сочетать использование приемов и техник, наработанных мастерами как в классической, так и в современной фотожурналистике.

Материалы, вошедшие в эмпирическую базу исследования, оценивали 10 профессиональных фотографов сайта «ФотоКто» и 10 известных фотографов г. Новосибирска. Мнения автора и экспертов по основным позициям совпали. Если средний показатель самооценки составил 23,3 балла, то оценка экспертов в среднем – 18,3 балла. Поэтому можно считать, что показатели общей оценки экспертов и самооценки опубликованных материалов автора, в целом коррелируют и отражают качество подготовленных фоторепортажей.

С первых шагов профессиональной деятельности фоторепортёр должен поставить перед собой чёткую задачу выработки индивидуального творческого стиля. Безусловно, у каждого профессионала разные стилевые предпочтения. Для автора данной работы эталоном является творческий реализм Карла Буллы, Максима Дмитриева, Стива Маккари, Доротеи Ланж и Анри Картье-Брессона. Их сюжетно-композиционные и стилевые особенности создания фотографий оказали и продолжают оказывать влияние на процесс нашего творческого развития. И это легло в основу разработанной модели собственного стиля.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*А. М. Пазовский*

**Д. К. Гулян**

*(студентка 5 курса ОЗО, направление «Журналистика»,  
профиль «Корреспондент средств массовой информации»  
Институт филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ВИДЫ НАРУШЕНИЙ ПРИНЦИПОВ И НОРМ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ КРИМИНАЛЬНЫХ ПРОИСШЕСТВИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «ДЕЖУРНАЯ ЧАСТЬ» ГТРК НОВОСИБИРСК)**

В работе представлены виды нарушений принципов и норм журналистской этики при освещении криминальных происшествий. На примере материалов программы «Дежурная часть» ГТРК Новосибирск рассматриваются причины нарушения принципов и норм журналистской этики и предлагаются возможности их устранения.

*Ключевые слова:* журналистская этика, принципы, ГТРК, криминал.

Соблюдение журналистских норм и принципов при освещении криминальных происшествий – важнейшая составляющая работы корреспондента. Особо важным в процессе трансляции информации становится первая встреча потребителя с информационным продуктом. А именно – с криминальными новостями.

Криминальные происшествия в современном медиапространстве представляются одной из наиболее востребованных тематик.

Именно при освещении событий криминального характера журналистами достаточно часто нарушаются нормы и принципы этики, что в итоге приводит к конфликтным ситуациям с героями сюжетов.

СМИ – решающая структура в формировании общественной информационной картины дня. В рамках освещения криминальной хроники журналисты занимаются не профилактикой криминализации, а эксплуатируют данную проблематику для привлечения читательского внимания, подменяют данные от компетентных органов личными умозаключениями и мнением очевидцев, что противоречит нормам этики и создает конфликтные ситуации.

Современные журналисты опираются на принципы этики, заложенные в рамках международных стандартов профессиональной деятельности. Исходя из данных принципов, можно отметить, что ведущей составляющей является честность журналиста и корректное использование им источников информации.

Проблемы соблюдения этических норм при освещении криминальных событий связаны с тем, что:

- в современных СМИ темы преступности представлены достаточно широко, однако сам процесс освещения проблем происходит в рамках поиска потерпевшего и виновного;
- существенно ограничена предметная область «криминальной» журналистики: СМИ разного типа тематически копируют друг друга;
- в сообщениях часто обнаруживаются юридические ошибки, что свидетельствует о правовой некомпетентности авторов, отсутствии понимания языковой специфики материалов о преступности;
- в современных СМИ проявляется ориентация на «псевдосенсации», что является одним из способов повышения привлекательности для потребителя.

В программе «Дежурная часть» нарушения этики являются скрытыми, недоступными для понимания большинства зрителей, которые не являются юридически грамотными на том уровне, чтобы улавливать неэтичные нюансы манипулирования.

Перечислим способы устранения проблемы нарушения этики журналиста при освещении криминальных событий:

- развитие более тесных взаимосвязей с органами правопорядка, стимулирование развития практики повышения уровня доступности источников информации, актуальных для журналистов новостных каналов;
- полный запрет на использование информации личного характера без разрешения на то личности, которой она касается;
- отказ от практики использования «сенсации» и ориентированность на нейтральное отражение информации, что более соответствует статусу и репутации новостной передачи;
- внедрение практики несения ответственности за информацию, которую предоставляет журналист на уровне руководства канала.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*Е. Ю. Агамян*

**А. И. Железных**

*(студент 3 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СПОСОБЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МАТЕРИАЛОВ О ТЕАТРЕ В ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ**

**(на примере портала «ОКОЛОтеатральный журнал»)**

В тезисах на примере портала «ОКОЛОтеатральный журнал» выявлены способы репрезентации материалов о театре в электронных СМИ.

*Ключевые слова:* театральная журналистика, электронные СМИ.

На данный момент в интернет-журналистике наблюдается смешение жанров из разных видов СМИ. Всемирная паутина смогла объединить в себе не только жанры из разных групп: информационных, аналитических и художественно-публицистических, но и создать поле для взаимодействия и соединения журналистских форм, относящимся к разным видам СМИ (печать, радио, телевидение).

Самый распространенный жанр в театральной журналистике – рецензия. Современная электронная рецензия существенно отличается от классической, но при этом нельзя назвать ее некачественной или непрофессиональной. С переходом в интернет-пространство задачи рецензии изменились, поэтому авторам пришлось отойти от традиционной модели. К характерным чертам современной электронной театральной рецензии относятся следующие:

- 1) ярко выраженная информационная составляющая текста;
- 2) рекламная направленность;
- 3) уменьшение объема текста;
- 4) сведение критического анализа к оценке только одной из частей художественного произведения;
- 5) использование авторами амплуа (рецензент-белка, рецензент-фиксатор, рецензент-иллюзионист, рецензент-кутюрье, рецензент-исследователь, рецензент-дирижер и рецензент-остряк);

б) активное проникновение в тексты стиля «тусовочного стеба».

Для того чтобы выявить способы репрезентации материалов о театре в электронных СМИ, нами были проведены контент-анализ портала «ОКОЛОтеатральный журнал». Эмпирическая база состояла из 55-ти материалов за период с 13.01.2016 г. по 29.04.2017 г.

В ходе контент-анализа были определены следующие особенности композиционной и содержательной модели портала «ОКОЛОтеатральный журнал»:

- 1) в материалах портала «ОКОЛОтеатральный журнал» авторы проводят глубокий анализ и используют мнения экспертов в области культуры;
- 2) на портале активно используются фотоизображения;
- 3) авторами на сайте выступают профессионалы в сфере театра;
- 4) портал освещает премьеры практически каждого новосибирского театра;
- 5) преобладающим жанром на сайте является электронная рецензия;
- б) в своих материалах авторы используют различные выразительные средства, также слэнг и черты «тусовочного стеба».

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц.

*Е. В. Евдокимова*

УДК 070.447

**Е. А. Жеребцова**

*(магистрант 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Медиаобразование», Институт филологии, массовой информации  
и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический  
университет», Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБУЧАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ «МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»**

В тезисах рассматриваются особенности реализации авторской обучающей программы «Мультимедийные технологии». Объектом исследования является авторская обучающая программа «Мультимедийные технологии».

*Ключевые слова:* медиаобразование, медиаграмотность, разноформатная аудитории.

Обучающая программа «Мультимедийные технологии» была разработана и апробирована в рамках педагогических практик по получению профессио-

нальных умений и опыта профессиональной деятельности: в течение четырех недель (27.10-23.11.2016) для учащихся 9-10 классов на базе МАОУ «Лицей № 9», г. Новосибирск; в течение 3 месяцев с (марта 2017 по май 2017 года включительно для учащихся 5-10 классов на базе МБОУ «Новосибирская классическая гимназия № 17»). Для анализа восприятия информации и усвоения мультимедийных форматов разноформатной аудитории проводились также занятия для магистрантов 1 курса НГПУ (направление «Медиаобразование») и для сотрудников издания «Ведомости» в рамках курсов повышения квалификации «Мультимедийная журналистика. Создание мультимедийного контента» на базе НГПУ.

Цель программы «Мультимедийные технологии» – формирование медиаграмотности у разноформатной аудитории юнкоров за счет формирования у учащихся навыков, необходимых для освоения современных мультимедийных инструментов и создания простейших мультимедийных продуктов индивидуально и в команде.

Медиаобразовательная деятельность реализовывалась за счет сочетания двух концепций: развивающей – формирование медиаграмотности, развитие цифровой и информационной грамотности; оценочной — формирование критического мышления.

В ходе апробации обучающей программы были выявлены следующие особенности ее реализации.

Во-первых, целевая аудитория обучающей программы по мультимедийным технологиям может одновременно включать аудиторию средних и старших школьников (как, например, в МБОУ «Новосибирская классическая гимназия № 17»). Это обусловлено тем, что занятия по мультимедийным технологиям в школах, колледжах и лицеях зачастую проходят в формате факультативов, на которые приглашаются все желающие ученики вне зависимости от возраста, класса, уровня подготовки. Другими словами, мы предполагаем, что подобный медиаобразовательный проект также может быть ориентирован на разноформатную аудиторию, предполагающую наличие в группе индивидов с различными социально-демографическими, медиалогическими, психологическими и прочими характеристиками.

Во-вторых, следствием данной особенности, на наш взгляд, становится вопрос выбора наиболее эффективных педагогических технологий для формирования навыков по созданию простейших мультимедийных продуктов: инфографики, тайм-линии, интерактивных фото, видео и так далее, а также форми-

рования уровня медиаграмотности. В рамках реализации обучающей программы «Мультимедийные технологии» в качестве ведущей педагогической технологии нами была выбрана проектная.

В-третьих, в процессе коммуникации аудиторией автор курса отметил проблему систематизации знаний о мультимедийных технологиях при отсутствии базового понимания, что из себя представляет традиционная журналистика, какие жанры журналистики существуют и так далее. Поэтому в обучающую программу вошёл блок, содержащий объяснение основ журналистики.

В-четвертых, одним из обязательных условий эффективной реализации данной программы является должное техническое оснащение площадок, на которых ведутся занятия. Как минимум, необходимы ПК или ноутбуки с выходом в интернет, а также непосредственно наличие бесперебойно работающего интернета. Эти требования обусловлены тем, что большая часть обучения в работе с онлайн-сервисами.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Кислая*

УДК 070.484

**Д. А. Здорников**

*(студент 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации» Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ МОЛОДЁЖНЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ АНИМЕ-СМИ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛОВ «ARRUSTYLE» И «月刊ニュータイプ»(MONTHLY NEWTYPE))**

В работе исследуются содержательные и графические модели двух изданий – отечественного «ARRUstyle» и японского «月刊ニュータイプ» (Monthly Newtype).

*Ключевые слова:* аниме, мультипликация, аниме-СМИ.

Поскольку аниме – японский жанр мультипликации, соответственно и СМИ, освещающие индустрию развлечения, первоначально относятся к Японии. В российских условиях подача материала изменилась: появились новые не характерные для традиционного аниме-журнала особенности материалов. Так, например, большинство российских аниме-журналов, в том числе и «ARRU-Style», освещают не только события аниме, но и сопряжённых областей – косплей, мангу, азиатскую культуру, фильмы, литературу, что совсем нехарактерно для ежемесячных японских изданий, соответственно мы исследуем именно различия в моделях аниме-журналов «ARRUstyle» и «Monthly Newtype». Проанализировав специфику и определив общую характеристику молодёжных изданий, мы выбрали критерии сравнения содержательных моделей. Также уделялось внимание отличительным особенностям графических моделей, жанровой палитре и модальности материалов.

Были выявлены характерные черты, сложившиеся в отечественном аналоге ежемесячного аниме-издания. В графической модели были выявлены существенные отличия: фотографии, графические изображения занимают около 40% всей площади номера. Отсутствуют сложные в оформлении графические элементы, являющиеся для «Monthly Newtype» совершенно обычным методом оформления (например, размещение изображения высокого разрешения на разворот и использование его как фон, в «пустых» местах которого размещается текст). В целом графическая и содержательная модели «ARRUstyle» достаточно консервативны и не выглядят разнообразными, в отличие от японского журнала.

Всего было рассмотрено 12 выпусков «ARRUstyle» и 12 выпусков журнала «Monthly Newtype», проанализировано более 600 материалов. Удалось установить, что отечественный журнал значительно отличается от зарубежного, несмотря на общую специфику. Качество материалов в отечественном аниме-издании значительно уступает японскому. Было выделено пять основных критериев для оценки содержательной модели русскоязычных изданий, установлено, что разнообразие журналов, посвященных аниме и манге, в Японии обусловлено спросом на анимационную индустрию, в отличие от России, где аниме носит все еще субкультурный характер. Качество подачи информации в японоязычном журнале выше. Авторство в японском СМИ не актуализируется (список авторов указывается в начале журнала, без привязки к конкретным материалам). «Newtype» затрагивает гораздо больше тем, касающихся жизни любителя аниме, публикует значительно больше свежих и актуальных материалов, а также включает в себя информацию о сопутствующей продукции. Основной пробле-

мой журнала «ARRU-Style» является низкий профессионализм сотрудников, превалирование рецензионных материалов. Удалось установить, что «ARRUstyle» относится к типу издания «издающиеся молодыми», а «Monthly Newtype» – «издающимися для молодежи».

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц.  
*Е. В. Евдокимова*

УДК 070.15

**Л. М. Камбулова**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Журналистика»,  
Институт филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВАО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ЖУРНАЛИСТА НАД МАТЕРИАЛАМИ О КУЛЬТУРЕ**

В работе отражены особенности работы регионального журналиста на примере деятельности двух журналистов: М. Логиновой и Н. Муратовой. Изучен эмпирический материал середины XX века и современные публикации, проведен сравнительный анализ, контент-анализ, и интервью. Определены особенности сбора и речевая специфика региональных журналистов. Выявлены особенности реализации культуро-формирующей функции региональным журналистом.

*Ключевые слова:* региональная журналистика, культурная журналистика, СМИ, искусство, система ценностей

Работа регионального журналиста в культурной тематике, как и любая другая тематическая разновидность профессиональной деятельности, зависит от личностных предпочтений, жизненного опыта и вкусов корреспондента. Однако еще требует от автора быть образованной, культурной личностью в широком понимании.

Анализ публикаций М. Логиновой позволили выделить ряд её речевых особенностей. Часто в заголовках заложен смысл произведения – тема и идея, название материала может содержать скрытое сравнение или аллюзию на прецедентный текст, что в свою очередь позволяет читателю выстроить интересные

параллели. Маргарита любит «резкое слово», и это в каком-то смысле делает ее текст колоритным, но иногда читателю нужно посмотреть спектакль, чтобы понять «ход мыслей» журналиста.

«Человеком настроения» в своих текстах больше выступает Н. Муратова, нежели М. Логинова. Наталья не использует нецензурную лексику, однако если спектакль не был принят журналистом, то она лишает свою рецензию или статью «красок». В текстах также присутствует образность, но они написаны без абстрагирования и конкретизации – методов познания действительности, которые и делают тексты данного автора индивидуальными и не похожими на большинство журналистских текстов, так как в одном предложении Н. Муратовой может быть с десяток различных цитирований. Для неподготовленного читателя выстроить цепочку рассуждений, которые базируются на колоссальном знании литературы, кинематографа, изобразительного искусства, не очень просто.

В ходе данной работы было так же выявлено, что индивидуальность не зависит от рамок региональной журналистики, от экономического или политического фактора и даже от «культурного». Однако в целом на реализацию культуро-формирующей функции журналистом влияет редакционная политика издания.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Кислая*

**А. М. Коваленок**

*(студент 5 курса ОЗО, направление «Журналистика»,  
профиль «Корреспондент средств массовой информации»,  
Институт филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА СЕМЬИ В ПУБЛИКАЦИЯХ ПРОТЕСТАНТСКИХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЙ GAZETA7D.RU, CHRISTIAN.BY, 316NEWS.ORG, MIRVAM.COM)**

В тезисах рассматриваются принципы формирования образа семьи на страницах протестантских интернет-изданий. В качестве объекта исследования выступают 100 публикаций, размещенных на сайтах [gazeta7d.ru](http://gazeta7d.ru), [chtotakoe.org](http://chtotakoe.org), [316news.org](http://316news.org) и [Mirvam.com](http://Mirvam.com) в 2015 и 2016 годах.

*Ключевые слова:* клерикальные масс-медиа, протестантские СМИ, интернет-издания, образ семьи.

В современном обществе наблюдается трансформация института семьи и девальвация семейных ценностей. Трансляцией значения роли семьи как социального института активно занимаются клерикальные СМИ, многие из которых функционируют в онлайн-формате.

Протестантские издания – клерикальные издания, направленные в основном на евангелизацию. Протестантизм разделяет общехристианские представления о бытии Бога, его триединстве, о бессмертии души, рае и аде (отвергая при этом католическое учение о чистилище), об Откровении и т. д. Для протестантских течений характерны три новых принципа: спасение личной верой, священство всех верующих, исключительный авторитет Священного Писания.

Современные протестантские издания делятся на два вида: адаптированные по типу светских СМИ и исключительно духовно-назидательные информационные листовки. Тематический подбор материала во всех изданиях практически идентичен, существует разнообразие форм презентации. Традиционным для протестантских изданий является жанр проповеди, который представляет собой либо напечатанный вариант воскресного служения, либо синтез обращения ре-

дактора издания и назидания верующим. Регулярно на страницах протестантских газет и журналов публикуются интервью с высшими церковными чинами или комментарии специалистов.

В изданиях, адаптированных по типу светских СМИ, регулярно публикуется аналитика, как правило, это статьи, в которых освещаются фундаментальные вопросы протестантского движения (проблема разделения протестантов, пассивность верующих, обмирщение духовной жизни). В структуре статьи помимо традиционных элементов представлено изобилие библейских цитат, отсылки к мнению руководителей движения.

Как показал анализ ста публикаций протестантских изданий [gazeta7d.ru](http://gazeta7d.ru), [chtotakoe.org](http://chtotakoe.org), [316news.org](http://316news.org), [Mirvam.com](http://Mirvam.com), размещенных в 2016 году, в качестве основного способа формирования образа семьи выступает трансляция позитивной модели. В связи с этим оказывается востребованным формат житейской истории. *С Татьяной и Александром Сахаровыми мы познакомились на молодёжном конгрессе в Украине, в г. Буча. Это замечательная молодая счастливая семья, которая посвятила свою жизнь служению Богу и людям. Саша с Таней вместе уже больше 10 лет, у них двое детей. Вместе они ведут блог [okibraki.ru](http://okibraki.ru), в котором рассказывают о том, что нужно и не нужно делать, чтобы найти свою любовь и иметь счастье в семейной жизни ([http://proekt7d.ru/lyubov\\_nuzhno\\_vzrawivat\\_razgovor\\_o\\_schastlivoj\\_ seme/](http://proekt7d.ru/lyubov_nuzhno_vzrawivat_razgovor_o_schastlivoj_ seme/)).*

В публикациях сайта [Christian.by](http://Christian.by) встречается анализ негативного поведения членов семьи, основным объектом исследования выступает семья священников, что соответствует принципу священства всех верующих, согласно которому священнослужители не обладают особым, неприкосновенным статусом. В качестве основных тем выбираются разводы и супружеские измены, например: *Многие их дети сейчас вырастают с обидой на церковь. Они обещают себе никогда туда не возвращаться. Их супруги чувствуют себя преданными, словно бы более не любимыми и не желанными. Некоторые из этих пасторов довели свои семьи до развода и отчужденности* (<http://christian.by/stati/802-sluzhitel-iz-ssha-nazval-priznaki-pastorov-umershikh-v-sluzhenii>).

В контенте интернет-изданий [316news.org](http://316news.org), [MirVam.org](http://MirVam.org) и [gazeta7d.ru](http://gazeta7d.ru) транслируемая модель поведения семьи больше соответствует западным принципам: главное проявление членов семьи реализуется в служении (участиях в благотворительных акциях, оказание помощи нуждающимся и т. д.).

Таким образом, протестантские интернет-издания, основываясь на христианском учении, транслируют в информационное поле образ патриархальной,

крепкой, многодетной семьи. При этом корреспонденты уделяют большое внимание не только укреплению уже сложившихся семейных пар, но и выбору «правильного» спутника жизни, так как последователи протестантизма приветствуют незыблемость брака.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*И. Г. Катенева*

УДК 65.419.7

**А. А. Коврижных**

*(студент 5 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации» Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПРИНЦИПЫ ФОРМАТИРОВАНИЯ НОВОСТЕЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ТИПА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

В тезисах представлены результаты анализа топ-лайнов в радионовостях сетевой радиостанции «Милицейская волна»: радио г. Москва и г. Новокузнецк (сетевой партнер). Проведено сравнение содержания топ-лайнов радиостанции «Милицейская волна» на столичном и городском уровне.

*Ключевые слова:* средства массовой информации, радио, топ-лайн, радионовости.

В настоящее время новостной формат становится доминирующим во всех средствах массовой информации, что связано с темпом жизни современного человека, массовая аудитория постепенно перестает вникать при чтении и слушании в большие аналитические материалы, но в результате развитого клипового мышления хорошо воспринимает оперативную краткую информацию. Следовательно, новости должны быть оперативными, содержательными, легко воспринимающимися в процессе трудового дня. Чаще всего все эти показатели выражены в первой новостной строке – топ-лайне.

Стоит отметить, что топ-лайн играет огромную роль для новостной информации в условиях жесткой конкуренции на современном медиа-рынке.

Во-первых, новость конкурирует сама с собой именно за счет функциональности и емкости топ-лайна. Во-вторых, новостной блок на радио находится в жесткой конкуренции с музыкой. Данная конкуренция возникает из-за лидирующей рекреативной функции радио, так как слушатели предпочитают отдыхать при прослушивании радиостанций. В связи с этим, большая роль отводится на топ-лайну, который обязан зацепить внимание слушателя и заинтересовать больше, чем музыкальный фон. Чем интереснее и необычнее будет составлен лид, тем больше вероятность того, что аудитория заинтересуется новостной информацией.

Редакция радиостанции также должна быть максимально уверена в том, что целевая аудитория их не покинет и не переключится на конкурентов. Именно поэтому внимание редакторов постоянно сфокусировано на деятельности других радиостанций, на уровне стабильности аудитории, на отслеживании видов подачи новостей.

В результате исследования мы пришли к выводу о том, что топ-лайны московской и новокузнецкой радиостанции «Милицейская волна» создаются по одному, закрепленному во времени образцу, который базируется на общеизвестных принципах. Основное отличие заключается в том, что в г. Новокузнецке приоритет отдается местным новостям, а московская радиостанция обладает более широким диапазоном, следовательно, события мирового и всероссийского масштаба освещаются чаще, чем на периферии. Топ-лайны на столичной радиостанции составлены более профессионально и грамотно: реже встречаются длинные несогласованные предложения, вступления к новости в большей степени цепляют и удерживают внимание аудитории.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*Е. Ю. Агамян*

**Н. О. Колинченко**

*(студент 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации» Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНВЕРГЕНТНОЙ РЕДАКЦИИ (на примере ИД «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»)**

В тезисах представлен анализ различных информационных площадок ИД «Комсомольская правда» (Новосибирск), где рассматриваются особенности вещания различных информационных платформ.

*Ключевые слова:* конвергенция, мультимедиагизация, веб-редакция, интеграция СМИ.

На сегодняшний день цифровые технологии предоставили гражданам большой выбор средств получения информации. Это может быть КПК, телефон (смартфон), различные гаджеты. Для того, чтобы обеспечить аудиторию информацией, СМИ трансформируются в медийные, конвергентные редакции.

Трансформация СМИ приносит пользу не только читателям, но и изданию. Имея несколько информационных площадок, редакция предлагает информацию для разной аудитории, соответственно, увеличивается охват ее рекламой. Также несколько информационных платформ дают возможность не пропустить информационный повод: если что-то не опубликуют в газете, то об этом обязательно скажут на радио и поместят на сайт.

Важным является изучение успешного опыта медиаредакции, где соединяются устойчивая экономическая составляющая и реализация профессионального начала. В этом смысле издательский дом «Комсомольская правда» представляет собой уникальный пример подобной структуры.

ИД «Комсомольская правда» – одно из самых успешных изданий в области освоения новых технологий. Журналисты основной газеты издательского дома сегодня создают контент для разных медиаплатформ. В «КП» отказались от практики выделения журналистов, пишущих только для сайта, которая характерна для многих российских изданий. Сейчас из газеты «КП» сформирова-

лась мультимедийная редакция, в которой все корреспонденты являются универсальными специалистами.

Под универсальными журналистами исследователи подразумевают транспрофессионалов. Такие журналисты имеют навыки работы с фото-видеокамерами, различными компьютерными программами для аудио-видеомонтажа. Новые технологии помогают в реализации таких задач, как записать звук и сфотографировать одновременно. Новый журналист с одной техникой в руке при наличии навыков может написать материал для сайта, воспользовавшись камерой, диктофоном смартфона. Таким образом редакция пополняет информационную площадку оперативной информацией.

Главное в кросс-медийной или интегрированной редакции – сами журналисты. Работа с техникой печатного журналиста – первый шаг к конвергенции. Процессы записи и съемки считаются конвергенцией, только технической. Профессионализм – конвергенция опыта, знаний и навыков сотрудников различных отделов – приводит к созданию мультимедийного материала. Вторым, не менее важным принципом, будет разработка универсального формата подачи информации, более сложного и масштабного: взаимодействие между радио, ТВ, газетой и интернет-приложениями; работа с гипертекстуальностью, интерактивностью. Третьим принципом функционирования конвергентной редакции можно назвать организаторскую функцию ответственных за информационные платформы, так как организация работы и взаимодействие журналистов друг с другом обеспечивает наполненность различных площадок.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*Е. Ю. Агамян*

**Е. И. Леонов**

*(студент 5 курса ОЗО, направление «Журналистика»,  
профиль «Корреспондент средств массовой информации»,  
Институт филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЖАНРА ДОКУФИКШН В РОССИЙСКОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ДОКУМЕНТАЛИСТИКЕ**

В работе представлены способы функционирования жанра докуфикшн в российской телевизионной документалистике и мнения исследователей, которые выделяют этот жанр в отдельный вид киноискусства. На примере двух программ рассматривается специфика жанра, выделяются общие и отличительные черты.

*Ключевые слова:* докуфикшн, жанр, документалистика, киноискусство.

Для телевидения характерна четкая жанровая структура продукта, который ориентирован на обратную связь, стремление заинтересовать телеаудиторию и извлечь из этого максимальную прибыль. В таких условиях проработка «законов жанра», гарантированно имеющего успех у зрителя, выступает на первый план.

Сущностным отличием жанра докуфикшн является его «фиктивность». Создатели произведений в этом жанре не стараются следовать принципам достоверности, создаваемая ими экранная реальность может вовсе не соответствовать реальной действительности. В этой связи нельзя не вспомнить о принципе «априорной достоверности документального кино» – зритель, который видит тот или иной документальный фильм, априори считает преподносимые в нем факты и сведения достоверными.

Документальное кино в последние годы приобретает гораздо более серьезное значение в кинопроцессе, чем прежде, центр тяжести и напряжения сместился от художественного в сторону документального телепродукта.

В этой связи, докуфикшн – это и есть жанр, который сознательно или бессознательно, открыто или имплицитно использует сконструированную реальность и выдает ее за настоящую. Отсюда и сложность выявления данного жанра на телевидении, поскольку авторы, считающиеся документалистами, самостоятельно не заявляют о своем стремлении манипулировать сознанием телезрите-

ля. Отнести фильм, прописанный в сетке эфира как документальный, к доку-фикшн, можно только «постфактум», выявив подлог во время просмотра.

Таким образом, документальное кино – драматизированная реконструкция реальных событий, а докуфикшн комбинирует документальное и игровое изложение взаимосвязанных событий, большая часть которых искажена или выдумана полностью. Докуфикшн использует приемы игрового кино – актерскую игру, постановку, инсценировку, реконструкцию событий, тем самым превращаясь в полноценное художественное произведение «по мотивам» реальности. Задача игровых эпизодов в докуфикшн состоит в том, чтобы усилить создаваемый образ объекта (реальности). Сегодня этот жанр является одним из самых неисследованных на российском телевидении. Ведь его «скрытность» отчасти и есть цель создания – ввести зрителя в заблуждение.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*Е. Ю. Агамян*

УДК 378.148

**Н. А. Лобченко**

*(магистрант 2 курса ОЗО, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Медиаобразование», Институт филологии, массовой информации  
и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический  
университет», Новосибирск)*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦЕНТРА РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ Г. ПАВЛОДАРА**

В тезисах рассматривается роль молодежного пресс-центра в организации единого информационного пространства г. Павлодара. Молодежный пресс-центр решает ряд задач: связь с общественностью, налаживание партнерских отношений с аналогичными центрами в районе и регионах Казахстана; восполнение недостатка общения молодых людей, помощь в дальнейшей адаптации в обществе; предоставление каждому молодому человеку возможности для самореализации и творческого самовыражения; повышение интереса читателей и слушателей к делам и проблемам молодежной политики, предоставление им возможности принимать участие в решении этих проблем.

*Ключевые слова:* медиаобразование, молодежные инициативы, информационное пространство.

Если еще совсем недавно об актуальных новостях и событиях люди узнавали из газет, телевидения и радио, то сегодня огромный поток разноформатной информации обрушивается на сознание людей через небольшой экран мобильного телефона. Причем, в большей степени, средства массовой информации (далее - СМИ) воздействует на молодежь, которая практически не расстается с различными гаджетами: мобильными устройствами, телефонами. И то, что это воздействие чаще всего оказывается негативным, уже не оспаривается, т.к. подтверждается научными исследованиями и в целом рядом ситуаций, происходящих в обществе. В частности, В. О. Нафталиева справедливо утверждает, что молодое поколение, как наиболее мобильное и восприимчивое ко всякого рода новациям, подвержено ценностным и мировоззренческим перестройкам.

Согласимся с этим мнением, так как известно, что часто оказавшись свидетелями насилия, драк и других шокирующих инцидентов, очевидцы не спешат помочь, а стремятся скорее все произошедшее снять на телефон, чтобы быстрее всех выложить в свое «личное СМИ».

В рамках медиаобразования, включающего набор средств и методов для обучения молодежи, является актуальным подготовить новое поколение к верному восприятию медиаинформации. «Российская педагогическая энциклопедия» определяет медиаобразование (англ. mediaeducation от лат. media — средства ) как направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т. д.). А. В. Федоров рассматривает медиаобразование глубже, считая, что это «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники».

Именно такой медиаобразовательной деятельностью стремятся заниматься сотрудники пресс-центра Центра развития молодежных инициатив (далее ЦРМИ) г. Павлодара, созданного в 2013 году и направленного на работу с молодыми людьми разных категорий в возрасте от 14 до 29 лет. За последние четыре года Центр стал своеобразным Домом молодежи, в который обращают-

ся молодые люди со всей Павлодарской области за информацией, консультацией и поддержкой.

В состав пресс-центра входят школьники, которые бы хотели связать свою деятельность с журналистикой, начинающие «акулы пера»: студенты журфака, а также сотрудники, отвечающие за работу средств массовой информации в молодежных ресурсных центрах региона.

Основная цель пресс-центра – формирование яркой творческой индивидуальности, выявление начальных профессиональных навыков и развитие журналистских задатков у молодых людей.

Молодежный пресс-центр решает ряд задач, в которые входят организация единого информационного пространства в освещении молодежной политики; связь с общественностью, налаживание партнерских отношений с аналогичными центрами в районе и регионах Казахстана; восполнение недостатка общения молодых людей, помощь в дальнейшей адаптации в обществе; предоставление каждому молодому человеку возможности для самореализации и творческого самовыражения; повышение интереса читателей и слушателей к делам и проблемам молодежной политики, предоставление им возможности принимать участие в решении этих проблем.

Для формирования у молодежи понимания сути деятельности СМИ, с участниками пресс-центра рассматриваются случаи попадания в он-лайн СМИ недостоверной, непроверенной информации, анализируются способы реагирования на нее пользователей, выявляются возможные последствия. Участники занятий учатся не просто читать опубликованные материалы, а задаваться вопросами: «Кто написал?», «Кому написал?», «Для чего автор создал этот текст?». Делается это для того, чтобы не поддаваться информационным провокациям, а иметь свою точку зрения на события, освещаемые средствами массовой информации.

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц.

*Е. В. Евдокимова*

**Л. А. Макаев**

*(студент 2 курса, направление «Журналистика», профиль «Журналистика»,  
Институт филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **СПЕЦИФИКА КИНОРЕЦЕНЗИЙ В ПАБЛИКАХ СОЦСЕТЕЙ (на примере групп «ВКОНТАКТЕ»)**

В тезисах на примере тематических сообществ во «ВКонтакте» выявлены особенности кинорецензий и других популярных жанров СМИ в социальных сетях.

*Ключевые слова:* социальная сеть, сообщество, кинорецензия, интернет-журналистика.

Кинорецензия относится к числу аналитических жанров журналистики и представляет собой критический отзыв на произведение кинематографа. Это полифункциональный жанр, в рамках которого автор информирует аудиторию о появлении нового фильма, рекомендует или не рекомендует картину к просмотру, оценивает ее художественные достоинства и воздействует на аудиторию и создателя экранного продукта.

Социальные сети как пространство «свободного авторства» кардинальным образом изменили характер распространения массовой информации, сделали этот процесс возможным для любого пользователя Интернета, что повлияло и на жанры журналистики.

В качестве эмпирической базы исследования были выбраны кинорецензии, опубликованные в тематических пабликах и сообществах социальной сети «ВКонтакте» – самой популярной социальной сети «Рунета».

В результате анализа содержания, композиции и стилистики текстов непрофессиональных авторов оказалось, что в целом они соответствуют структуре традиционной кинорецензии. В большинстве материалов соцсетей были такие содержательные блоки, как введение-аннотация (содержит общую характеристику анализируемого кинофильма), использовалось контактоустанавливающее введение (выявляется стремлением автора завладеть вниманием потенциального читателя), присутствовал информационно-оценочный блок. Однако аргументативно-оценочная часть была слабо выражена.

У пользователей «ВКонтакте» оказалось недостаточно знаний в области киноискусства, ограниченный понятийный аппарат, тезаурус. Тексты непрофессиональных кинокритиков хоть и оказались экспрессивными, оценочными, были слабо аргументированы, не имели особой познавательной ценности.

Все это позволяет сделать вывод о том, что в анализируемых текстах ярко проявляется информационно-рекомендательная функция, однако почти не реализуются задачи убеждения.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Кислая*

УДК 070.445.8

**К. Б. Максимова**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ХАРАКТЕРИСТИКА КОНЦЕПЦИИ ГОРОДСКИХ ИЗДАНИЙ ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ (на примере журнала “ГОРОД МОЛОДЫХ” и газеты “ГАУДЕАМУС”)**

Работа посвящена изучению концепции городских изданий для молодежной целевой аудитории. На примере журнала “Город молодых” и газеты “Гаудеамус” мы рассматриваем их содержательные и композиционно-графические особенности, а также выявляем несоответствие концепции городских молодежных изданий интересам целевой аудитории.

*Ключевые слова:* городские молодежные издания, молодежные издания, молодежь, концепция издания, “Город молодых”, “Гаудеамус”.

Сегмент городских молодежных изданий минимально представлен на современном медиарынке, однако и существующие издания такого типа СМИ слабо соответствуют интересам и потребностям целевой аудитории. Для выявления причин несоответствия концепции городских молодежных изданий интеле-

ресам и потребностям целевой аудитории мы проанализировали концепцию двух городских издания для молодежной аудитории, а именно Новосибирский журнал “Город молодых” и электронную версию Питерскую газеты “Гаудеамус”.

Материалом исследования послужили научные работы М. Е. Аникина, Ю. Володина, К. О. Егорова, и др. Характеристики современных периодических изданий для молодежной целевой аудитории рассматривали Е. В. Барнёва, В. Н. Ганичев, Л. Душкова, и др.

Анализ информационного рынка для молодежи показал:

1. Ниша городских молодежных проектов слабо заполнена на современном информационном рынке и издания такого типа относятся либо к категории официальных СМИ, либо выпускаются на основе грантов.

2. На сегодняшний день хорошо заполнена только ниша федеральных проектов, среди которых преобладают политематические журналы развлекательной направленности («Yes!», «Молоток», «Хулиган», «Oops!» и др.).

3. Интересами молодежной аудитории являются взаимоотношения с противоположным полом и досуг, а именно (музыка, мода, компьютерные игры, спорт и т. д.). Также молодежь характеризует потребность в коммуникации, а основным конфликтом выступает проблема самоопределения.

4. Материалам для молодежной аудитории характерны: доступная, понятная форма изложения информации, использование сленга и жаргона, а также акцент на иллюстративный материал (фотографии, картинки, диаграммы, схемы и т. д.).

5. Основными функциями молодежной прессы являются: рекреативная, рекламная и коммуникативная.

Анализ концепции городских молодежных изданий “Город молодых” и “Гаудеамус” позволил прийти к следующим выводам:

1. Журнал «Город молодых» имеет внутреннюю специализацию, согласно которой любое событие презентуется от лица конкретного человека. Исходя из данной специфики, основными жанрами издания выступают интервью и портретные зарисовки.

2. Редакция журнала работает с широкой тематической палитрой, однако большинство публикаций представляют собой отчет о деятельности учредителя. Также тираж, составляющий 1000 экземпляров, не позволяет редакции работать с широкой аудиторией.

3. Ребрендинг графической модели издания также сделал журнал менее привлекательным для молодежи, так как акцент был сделан на качестве фотографий, и при этом со страниц исчезла игра с цветом (фоновые подложки, выноски, вставки) и разнообразие иллюстративного материала.

4. Газета «Гаудеамус» первоначально функционировала в Санкт-Петербурге как городской студенческий проект, и отражала интересы современных студентов. Публикации носили «острый» и проблемный характер, поэтому были востребованы не только информационные, но и аналитические жанры.

5. После того, как закончились средства гранта, редакция была вынуждена сменить концепцию, сделав акцент на рекламном контенте, т. к. на сегодняшний день треть всех публикаций – это анонсы мероприятий, что согласно Федеральному закону «О рекламе» является рекламой.

Таким образом, мы пришли к выводу, что в концепции городских молодежных изданий слабо учитываются интересы и потребности целевой аудитории, так как в связи с необходимостью экономического выживания редакции ориентируются на реализацию интересов учредителя и рекламодателя.

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц.  
*И. Г. Катенёва*

**А. Манжилей**

*(студент 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СПЕЦИФИКА ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ В ВЕБ-И ПРИНТ- ВЕРСИЯХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВКЛАДOK «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ» (на примере «АИФ НА ОБИ» и «АИФ В КУЗБАССЕ»)**

В тезисах рассмотрена специфика презентации информации двух региональных вкладок «Аргументы и факты», и выявлено, с помощью каких приемов журналист привлекает читателей.

*Ключевые слова:* региональные вкладки, сайт, специфика подачи информации.

Сегодня редакторы печатных СМИ, пытаясь сохранить свое издание и потенциальную аудиторию, начинают активно разрабатывать сетевые ресурсы; расширение аудитории веб-версии происходит за счёт новых способов подачи материала, предлагаемых изданиям.

Исходя из полученных данных, мы можем сделать вывод о том, что жанры двух региональных вкладок имеют похожую статистику. Наблюдается общая тенденция: уменьшение количества материалов в жанре «Заметка» и «Интервью», а также увеличение количества материалов в жанре: «Комментарий». Уникальным же способом подачи информации для новосибирского приложения АиФ является увеличение публикаций в жанрах статьи и репортажа. Индивидуальным для кузбасской вкладки является тенденция увеличения материалов в жанре очерка и уменьшения публикаций в жанре репортажа.

Рассматривая тематическую направленность двух региональных вкладок, мы заметили, что журналисты все меньше отдают предпочтение темам: «Деятельность администрации», «Экономики» и ЖКХ.

В отличие от кузбасской вкладки, новосибирская редакция публикует больше криминальных сводок, материалов по темам: экология, общество и сельское хозяйство.

Различие в специфике подачи информации доказывает и тематическая палитра кузбасской вкладки. Например, корреспонденты регионального приложения «АиФ в Кузбассе» отдают предпочтение теме «образование» и «психология». Интересными для наблюдения становятся публикации в тематике «экология» (по данным исследования, кузбасская принт-версия издает больше материалов по этой теме). Однако позже анализ сайта [nsk.aif.ru](http://nsk.aif.ru) показал, что эта же тема находит свою популярность только в сети соседнего региона.

Анализируя веб-версии региональных приложений, можно сделать вывод о том, что редакция «АиФ на Оби» разнообразнее подает информацию. Журналисты чаще используют мультимедийные приемы, например, наличие публикации в жанре «Онлайн-репортаж». Большое количество публикаций веб-жанрах: хроника, обозрение, репортаж и обзор корреспонденции. Индивидуальной особенностью подачи информации новосибирской вкладки является создание и организация «Круглого стола», чего не может себе позволить кузбасская редакция. Еще одним отличительным признаком электронной версии «АиФ Новосибирск» становится увеличение публикаций в тематике «Криминал».

В результате проведенного анализа, мы выявили, что специфика подачи информации в региональных вкладках у каждого региона индивидуальна. Благодаря исследованию газет, мы определили, что презентация информации журналистами зависит от изменения тематики, трансформации жанровой палитры, увеличения качественных материалов.

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц.

*Е. В.Евдокимова*

**А. А. Москаленко**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Журналистика»,  
Институт филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **РЕГИОНАЛЬНЫЕ НОВОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ДИСКУССИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (на примере соц. сети «ВКОНТАКТЕ»)**

Работа посвящена изучению региональных новостей как инструмента формирования дискуссий в социальных сетях. На различных примерах мы рассматриваем особенности региональных новостей и их восприятия аудиторией, а также региональные новости как инструмент формирования дискуссий пользователями соц. сетей.

*Ключевые слова:* новость, региональная новость, пользователь, интернет, комментарии, дискуссия, «ВКонтакте».

С развитием мультимедийных технологий у каждого издания есть не только электронная версия в интернете, но и одноименная группа в социальной сети «ВКонтакте». На данной интернет-площадке реакцию аудитории представляют комментарии к материалу, теперь читатель может вступить в диалог как с автором публикации, так и с другими пользователями в режиме онлайн. Комментарий несет как индивидуальный характер, так и дополняет фактами исходный новостной текст. Выявление способов ведения дискуссии и способов восприятия новостей пользователями предоставит четкое видение потребности аудитории в определенных новостях, поможет лучше узнать читателя.

В связи с этим целью исследования является выявление способов ведения дискуссии пользователями социальной сети «ВКонтакте» при обсуждении ими региональных новостей.

Материалом исследования послужили научные работы О. Р. Лащук, Г. Я. Солганик, М. М. Лукиной, А. А. Амзина, и др. Понятие дискуссии, правила ведения дискуссии в интернете изучались на основе наблюдений А. А. Тишкова Б. Ю. Мисожникова, Т. И. Стексовой, и др.

Анализ особенностей региональных новостей и специфики их восприятия интернет-аудиторией позволил прийти к следующим выводам:

Региональное интернет-издание имеет большое значение для жителей своего региона, потому как занимается исключительно новостями и проблемами местного характера. Региональные интернет-СМИ формируют требования к медиатексту, который, в свою очередь, обладает определенными свойствами и структурой.

Читатель новостного интернет-ресурса – это особая аудитория, которая оценивает и интерпретирует информацию, дополняя и развивая предлагаемую тему. Соответственно, активный пользователь предоставляет журналисту возможность получить информационный повод для создания другой новости.

Зачастую, дискуссия в интернете ведется не так, как положено по определению: обсуждение может быть как эффективным, способствуя решению определенных задач, выявлению общих точек зрения, так и безрезультативным спором с переходом на личности и употреблением брани.

Пользователь соцсети «ВКонтакте» достаточно молодой и привык к быстрой доступной информации, которую можно найти одним кликом в группе «VK» и прочитать через любой удобный гаджет. К чтению новости его привлекает интересный заголовок, в который интернет-издания вмещают практически всю новость.

Комментирование новости чаще всего происходит, если читателю действительно есть что сказать по теме, или же он хочет ответить на существующий комментарий. Характер комментариев, как показал анализ, чаще всего имеет негативную окраску.

Дискуссии в соц. сети «ВКонтакте» стихийные, неконструктивные, поверхностные и многосторонние.

Наиболее частыми способами ведения дискуссий пользователями сети «ВКонтакте» являются nepозволенные уловки. К ним относятся: ставка на ложный стыд, троллинг, наклеивание ярлыков. Следует подчеркнуть, что обсуждение новостного сообщения может быть эффективным, хоть и присутствует чрезмерная эмоциональность и несоблюдение правил ведения дискуссии. Но это все не мешает читателям новостного ресурса в социальной сети «ВКонтакте» помогать друг другу дополнительной информацией, а корреспонденту открывать новые факты по теме новостного сообщения.

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц.  
*Е. В. Евдокимова*

**Е. И. Носова**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАИМСТВОВАННЫХ ТЕКСТОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРАКТИКЕ**

В работе рассматривается практика использования заимствованных текстов. Описывается их разнообразие, стилистические и жанровые особенности. Выявлены уровни обработки заимствованного текста.

*Ключевые слова:* заимствованный текст, редактирование, стилистическая обработка.

Заимствованный текст – это созданное непрофессиональным журналистом произведение с целью его полной или частичной публикации в СМИ. К заимствованным текстам следует относить читательские письма, официальные обращения представителей органов власти (пожарных, прокуратуры, полиции и т. д.), благодарности, запросы и т. д.

На современном этапе развития масс-медиа отряд заимствованных текстов пополнился за счет пресс-релизов и перепечаток из других СМИ. Активное использование последних с профессиональной точки зрения может рассматриваться как проблема, так как приводит к снижению общего качества медиаконтента, однако практически не ощущается конкретным читателем.

Заимствованный текст не является журналистским текстом, часто не выполняет журналистских функций и обычно не соответствует стилистическим требованиям публицистики и форматным канонам конкретного издания.

Чтобы заимствованный текст был однороден всем остальными произведениями в издании, необходима его обработка, которая реализуется на нескольких уровнях:

1. Содержательный уровень – проверка фактов, уточнение и дополнительный сбор данных, упрощение и пояснение сложной (обычно научной) информации.
2. Структурный уровень – сокращение, удаление избыточной, неинтересной, бесполезной для целевой аудитории СМИ информации. Комбиниро-

вание смысловых блоков в соответствии с жанровыми требованиями журналистики.

3. Стилистическая обработка текстов с учетом декодируемости и релевантности.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Кислая*

УДК 070.441

**Е. В. Овчинникова**

*(студент 3 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСВЕЩЕНИЕ ТРАГИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЕ (на примере случаев гибели детей)»**

Чрезвычайные происшествия, несчастные случаи порождаются множеством причин, поэтому для выработки эффективных мер по предупреждению таких ситуаций требуются сложные объяснительные схемы их возникновения и протекания. Работа проведена на примере материалов региональных СМИ о случаях выпадения детей из окон.

*Ключевые слова:* криминальная журналистика, трагические события, маленькие дети.

Уже два года подряд с наступлением весны новосибирские СМИ начинают писать о случаях падения маленьких детей из окон. По всей России в 2016 году жертвами несчастных случаев стали 14 детей, 8 из которых жители Новосибирской области. Один такой случай был зафиксирован и в 2017 году.

Содержательные и этические факторы, бесспорно, будут определять степень и особенности воздействия на массовую аудиторию подобных сообщений.

Окружающий нас мир далек от идеала и нем случается множество событий, которые трудно принять, которые вызывают в нас негативные эмоции и боль. Среди них – несчастные случаи, ДТП и преступления разной степени тяжести. С одной стороны, сообщения о таких событиях угнетающе действуют на

психику человека, а с другой, могут послужить уроком и не дать конкретному индивидууму возможности попасть в аналогичную ситуацию.

Информация должна быть чёткой и точной, подтверждена фактами, а язык изложения обязан быть ясным и однозначным. Многое зависит и от позиции и личностных установок автора: журналист должен быть надёжен и справедлив, не стоит злоупотреблять властью, которую даёт ему профессия.

Главный редактор газеты «Курьер. Среда. Бердск» Галина Коморникова отмечает, что – вообще все, что связано с детьми, имеет регламент, который обусловлен не только редакционным кодексом, но и законодательством. Мы не называем имени ребенка, не показываем его на фото, не описываем «кровавые» подробности. Если падение из окна как случай суицида, то тут вообще сегодня не допускается каких-либо подробностей.

Юрий Леонидович Тригубович, эксперт Института развития прессы-Сибирь, в прошлом преподаватель кафедры журналистики НГПУ, считает, что «журналист при написании материалов о несовершеннолетних должен руководствоваться тремя основными правилами. Во-первых, задаваться вопросом: не навредит ли его материал аудитории. Во-вторых, заботиться о своих героях. «Нам не дано предугадать, как наше слово отзовется», – писал Ф.И Тютчев, так вот журналисты должны предугадывать, как отзовется их героям то, о чем они напишут. В-третьих, никогда не называть имен. Этот пункт является, пожалуй, самым простым и важным в этике журналиста при освещении трагедий».

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Кислая*

**Е. С. Печеркина**

*(студент 3 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА ТЕАТРАЛЬНОЙ РЕЦЕНЗИИ В ФОРМАТЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО САЙТА (на примере портала «РЕВИЗОР.RU»)**

В тезисах на примере интернет-портала «Ревизор.ru» выявлены жанровые особенности театральных рецензий, опубликованных на специализированных сайтах, определена специфика театральных рецензий в медиапространстве.

*Ключевые слова:* театральная журналистика, театральная рецензия, рецензия в медиапространстве.

С приходом интернет-технологий журналистика претерпела большие изменения. Сейчас каждый может стать блогером, не имея должного профессионального образования, и публиковать свои «отзывы» на любое событие. В связи с этим и рецензия, как жанр, тоже претерпела трансформацию. На данный момент практически в каждом издании публикуются рецензии, существуют специальные блоги, посвященные культуре.

По нашему мнению, каждую категорию порталов условно можно разделить на две группы: для просто интересующихся темой и профессионалов в какой-либо области. Среди всего многообразия специализированных изданий существуют сайты о театре и о культуре в целом.

Театральные сайты объединяют с другими специализированными изданиями общие цели: общение и консолидация людей, близких по интересам, получение новой информации и углубление знаний по интересующей области.

Существенным отличием театральных сайтов от других специализированных сайтов является их тематика и жанровая специфика. Если в спортивном издании преобладают информационные жанры (сегодняшний матч не будет актуален через пару дней), то театральные порталы изобилуют аналитическими материалами.

Для того чтобы выявить специфику театральных рецензий в медиапространстве, нами был проведен контент-анализ интернет-портала «Ревизор.гу». Эмпирическая база состояла из 44 театральных рецензий, опубликованных за декабрь 2016 года – февраль 2017 года. Также было проведено экспертное интервью с шеф-редактором «Ревизор.гу» Анной Федоровой.

В ходе контент-анализа были определены следующие особенности театральной рецензии на интернет-портале о культуре «Ревизор.гу»:

1. Многообразие географии материалов на портале.
2. Информационным поводом для материала зачастую является премьера спектакля.
3. Заголовочный комплекс на «Ревизор.гу» не всегда удачный. Зачастую в него выносятся либо название самого спектакля, либо название театра, что утяжеляет восприятия материала. Игровые заголовки используются крайне редко.
4. В интернет-издании активно используются фотоизображения, но качество их не всегда хорошее. Это в большей степени зависит от театра, который заказывает фотографии.
5. Объем рецензий на «Ревизор.гу» разный, но больше всего это тексты с 5000-6000 знаков. Это стандартный объем для критических материалов в специализированном интернет-портале. Уходя в интернет, рецензия уменьшается в объеме, но редакционная политика «Ревизор.гу» в этом отличается от других порталов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что рецензия на специализированном портале обладает особыми признаками и характеристиками.

Научный руководитель – канд. пед. наук, доц.  
*Е. В. Евдокимова*

**М. М. Степанова**

*(студент 3 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СПЕЦИФИКА ТЕХНОЛОГИИ ПОЛУЧЕНИЯ ПЛЁНОЧНОЙ ФОТОГРАФИИ**

В работе описаны результаты эксперимента получения фотографий на альтернативные носители, выявлены особенности получения аналоговой фотографии и границы возможного использования аналоговой технологии в современных СМИ.

*Ключевые слова: аналоговая фотография, плёночная техника, цифровая фотография, процесс фотосъёмки.*

В процессе проведения эксперимента было сделано 10 пар снимков (аналоговых и цифровых) – 5 парных пейзажей и 5 парных портретов с идентичной для каждой пары (цифра – плёнка) экспозицией.

При сравнении полученных результатов мы пришли к выводу, что основное различие между аналоговым и цифровым процессами получения изображения определяется способом записи информации. Цифровая технология заключается в создании растрового изображения на светочувствительной матрице фотоаппарата с последующей передачей цифрового изображения на флэш-карту. При съёмке на аналоговую плёнку изображение фиксируется на светочувствительном слое напрямую и становится доступным для визуализации после химического процесса – проявления, закрепления и дальнейшего преобразования негативного изображения в позитивное.

В самих же процессах фотографирования с помощью современной цифровой и традиционной аналоговой фототехники различия минимальны.

Вместе с тем, как по нашим личным наблюдениям, так и по мнению многих авторов, использующих в своей практике плёночные и цифровые технологии получения изображений, продукция, получаемая в процессе использования аналоговой технологии, обладает рядом специфических особенностей, отличающих её от конечного результата в «цифре».

В ходе эксперимента автор определила две особенности полученных аналоговых фотографий, благодаря которым по качеству получаемого изображения они создают серьёзную конкуренцию цифровым аналогам.

Во-первых, снимки отличаются эффектом объёмности, который создаёт свойственная плёнке специфическая зернистость. Несмотря на изобретение и использование различных фильтров имитации зерна, в цифровой фотографии сопоставимого эффекта, по мнению многих авторов и по собственным наблюдениям, получить пока не удаётся.

Во-вторых, уникальность цветопередачи заключается в насыщенности и колоритности отпечатков, получаемых с плёночных негативов, и сырых RAW-файлов, созданных с той же экспозицией в сопоставимых световых условиях.

В результате проведённого эксперимента мы поняли, почему многие фотодокументалисты, занятые в серьёзных проектах, используют в своём творчестве аналоговые технологии. Практика показывает, что по определённым техническим характеристикам возможности плёночного процесса в фотографии шире по сравнению с результатами, получаемыми в «цифре».

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*А. М. Пазовский*

УДК 070

**Е. А. Стывко**

*(студент 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТЕЙ ЖУРНАЛИСТАМИ И ЗРИТЕЛЯМИ: ИМПЛОЗИЯ СМЫСЛА**

В тезисах рассмотрены понятия «имплозия», «симулякр», «симуляция», «гиперреальность», представлены способы формирования информационной картины дня, зависимость информационной политики редакции от внешних факторов влияния. На примере анализа ре-

гиональных новостных программ рассмотрена специфика восприятия информации журналистами и аудиторией.

*Ключевые слова:* симулякр, региональное телевидение, симуляция, гиперреальность

Телевидение играет важную роль в коммуникации аудитории с внешним миром. Являясь одним из наиболее востребованных типов СМИ, оно активно формирует картину дня и общественное мнение. Может ввести в ранг нормы какие-либо действия или события. Региональное телевидение не уступает по силе влияния федеральному, поэтому оно так же активно формирует свою картину дня, которая отличается от других телеканалов, как по выборке информационных поводов, так и в их освещении.

На особенности производства новостей влияют различные внешние и внутренние факторы. В этом действии участвуют не только члены редакции, но и различные структуры, которые заинтересованы в формировании выгодного для них восприятия информации аудиторией. Внешние агенты влияния участвуют в формировании политики редакции. После отбора информации, на выходе получается специфическая программа, повестка дня которой отличается, а иногда даже противоположна программе новостей другого телеканала. События одного дня представлены и интерпретированы по-разному. В результате, зрителю сложно адекватно воспринимать информацию, и он подвергается эффекту имплозии, т.е. отторжению информации. Имплозия формируется из-за сочетания нескольких факторов. Журналисты могут создать гиперреальность – это имитация реальности, в которой события утрированы, а изображаемое в сюжете становится правдоподобнее самого события. Могут создать образ события, который искажает реальность, или симуляцию; замаскировать отсутствие реальности, или создать симулякр.

Аудитория теряет способность воспринимать новости, так как не может разобраться, где же истинность и смысл информации. СМИ, в свою очередь, чтобы вернуть доверие, применяют различные способы манипуляций для конструирования реальности.

Исследование показало, что эффект имплозии существует. Он формируется из-за того, что СМИ создают собственную картину дня под давлением внешних факторов. В итоге аудитория теряет доверие к телевизионным новостям, в том числе и к тем, которые выходят на телевизионных каналах Новосибирской области.

Каждая региональная новостная программа имеет своих агентов влияния. Они являются главной формирующей основой наполнения информационного блока новостей. Факты искажаются в необходимую сторону, журналисты пытаются сформировать определенное общественное мнение с помощью создания симулякров, гиперреальности и симуляций.

Таким образом, отбор информации в новостной блок и смысл сюжета зависит от информационной политики телекомпаний. Из-за различных внутренних обстоятельств, картина дня каждой новостной программы отлична от другой. В итоге искажается истинность факта, и он теряет свой первоначальный смысл. Аудитория одного СМИ оказывается в специфичной информационной реальности, которая отличается от реальности другого СМИ, что провоцирует эффект имплозии.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*Е. Ю. Агамян*

УДК 070.15

**М. К. Табунов**

*(студент 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СПЕЦИФИКА РЕГИОНАЛЬНОЙ НЕЗАВИСИМОЙ ПРЕССЫ**

В работе рассмотрена специфика деловой региональной журналистики на примере изданий «Новая Сибирь» и «Континент-Сибирь», которые позиционируют себя как деловые. Особое внимание уделено рекламному и пиар-контенту: скрытой рекламе и PR материалам, которые являются основным источником дохода региональных СМИ, но негативно влияют на баланс объективности в изданиях.

*Ключевые слова:* деловая журналистика, региональная пресса, пиар, реклама, объективность.

В работе региональные деловые издания рассматривались в рамках системы российских СМИ. На основе экспертных мнений были выделены проблемы, характерные для данного отряда журналистики. Например, низкий про-

фессионализм авторов, падение интереса к деловой прессе, сложности позиционирования. Также было доказано, что в деловых СМИ присутствует экономическая цензура, которая оказывает сильное влияние на контент.

После анализа мест дистрибьюции, характера контента и организационной деятельности среди бизнес аудитории изданий «Новая Сибирь» и «Континент-Сибирь» стало очевидно, что эти СМИ в целом обладают чертами «независимости». Также было выявлено, что газеты активно публикуют рекламные и пиар материалы. Такие тексты были разделены на несколько групп: обычные рекламные тексты с пометкой «на правах рекламы», тексты со скрытой рекламой без пометки «на правах рекламы», пиар материалы для компаний и политических лиц.

Обычной практикой для издания «Континент-Сибирь» является публикация материалов со скрытой рекламой без информирования читателей об этом. «Новая Сибирь» часто публикует политические пиар тексты в рамках тендеров и пиар материалы для коммерческих компаний. В этих текстах нарушается один из базовых принципов журналистики – принцип объективности, наблюдается перекокс при расстановке смысловых акцентов в пользу заказчика.

Используя такие приемы, указанные издания могут ввести читателей в заблуждение, что негативно сказывается на репутации издания, лояльности и доверии к ним аудитории.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Кислая*

**И. А. Такмянин**

*(студент 2 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ОТРАЖЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ В РАЙОННОЙ ГАЗЕТЕ (на примере газет «Мошковская новь», «Наши новости», «Чулымская газета», «Тогучинская газета»)**

В тезисах на примерах районных газет «Мошковская новь», «Наши новости», «Чулымская газета», «Тогучинская газета» выявлены особенности отражения деятельности муниципальной власти в районной прессе.

*Ключевые слова:* районная пресса, районная газета, региональные СМИ, органы местного самоуправления, ОМСУ.

Роль информации в современном обществе постоянно возрастает. Сегодня невозможна эффективная деятельность ни одной общественной организации или коммерческого предприятия без взаимодействия с аудиторией, которое осуществляется в том числе и с помощью информационного обмена. Это касается и функционирования органов местного самоуправления (ОМСУ). Население должно получать информацию о результатах и планах деятельности ОМСУ через местные СМИ. В свою очередь, органы местного самоуправления способны активно взаимодействовать с населением через локальную прессу, информируя общественность о своей работе, позиции по актуальным вопросам жизни района правдиво и максимально беспристрастно.

У органов МСУ существует ряд принципов. Один из них – принцип гласности работы органов местного самоуправления. Для того, чтобы выявить, достаточно ли объективно отражается деятельность муниципальных органов власти в региональных СМИ, был проведён контент-анализ четырёх районных газет.

В ходе исследования были определены следующие особенности отражения деятельности ОМСУ в районных СМИ:

1. Большинство упоминаний органов и представителей МСУ – нейтральные.

2. Описание проблем в газетах встречается редко. Как правило, представители МСУ держатся нейтральной позиции или отсылают к другому ответственному лицу.

3. Упоминаний представителей и органов МСУ в негативном контексте ни в одной из четырёх газет не встречается.

4. Из-за финансирования из муниципального бюджета (существуют договоры об информационном взаимодействии) районной газете невыгодно полно и объективно освещать деятельность органов МСУ.

Таким образом, можно заключить, что деятельность органов МСУ не освещается в районных СМИ достоверно, из-за чего нет контроля над деятельностью органов МСУ со стороны общества, отсутствует достоверная информация о деятельности местной власти.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Кислая*

УДК 070.447

**Н. А. Филиппова**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **УТРЕННИЙ ЭФИР КАК ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ ТЕЛЕКАНАЛА (на примере телестанции «МИР»)**

В работе исследуется специфика утреннего шоу «Вместе» новосибирской телестанции «Мир», которая является региональным сетевым партнером федерального развлекательного канала «СТС». Выявляются функции, особенности подачи информации, роль ведущих.

*Ключевые слова:* региональное телевидение, утренний эфир, развлекательное шоу, концепция.

Утреннее шоу на телевидении играет огромную роль, так как «разбавляет» тяжелые для восприятия новостные и аналитические программы, давая зрителю отдохнуть и расслабиться.

Можно выделить несколько типов шоу: информационное, развлекательное, смешанное (соотношение составных элементов), полишоу и моношоу (количество ведущих).

Новосибирский телеканал МИР – это семейное развлекательное телевидение, контент которого гармонично связан с концепцией сетевого партнера телеканала СТС. Включая телевизор, зритель не идентифицирует телестанцию «МИР» как самостоятельную единицу, он воспринимает утреннюю программу «ВМЕСТЕ» как часть эфира СТС.

Миссия телеканала «СТС» – формировать у зрителей позитивный настрой и оптимистичную жизненную позицию. Для реализации этой задачи необходим развлекательный контент, максимальная часть которого сконцентрирована в утреннем шоу. Именно поэтому утренняя программа «Вместе» отражает концепцию всего телеканала.

На телевидении утреннее шоу рассматривается как информационно насыщенная интерактивная программа, содержащая в себе множество разнообразных рубрик, имеющая в составе информационные элементы, учитывающая специфику «утренней» аудитории, ее ритм жизни и интересы.

Через интересные рубрики и веселые диалоги ведущие реализуют рекреативную и коммуникативную функции в эфире программы. Таким образом, утренняя программа приобретает активный динамичный формат, который и отличает утреннее шоу от других видов передач на телевидении.

Важной функцией утренней программы является удовлетворение психологических потребностей аудитории. Несмотря на разнообразие форматов утренних шоу, творческих идей и рубрик, популярность утренней программы, прежде всего, обусловлена наличием в программе интересных и ярких ведущих.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Кислая*

**С. В. Федотов**

*(студент 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ БУКТРЕЙЛЕРА (на примере авторского проекта)**

В тезисах рассмотрены процессы производства буктрейлера: оригинальные технологии направлены на достижение определённых положительных результатов в формировании мысли о благотворности чтения и проведении рекламной кампании книги.

*Ключевые слова:* буктрейлер, Мамлин, видеомонтаж.

Развитие мультимедийных средств во многом меняет подход к привлечению читателей к книге. Технические инновации дали возможность новым средствам для практического создания и широкого распространения рекламы изданий в видеоформате. Вместо привычных книжных выставок и обзоров в практике библиотек прочно закрепился современный способ продвижения книги – буктрейлеры.

В России и за рубежом проводятся специальные конкурсы буктрейлеров. В 2014 году новосибирский режиссер Борис Мамлин со своим буктрейлером на книгу Иосифа Александровича (Каплера) «Пути смерти. Записки геттовца» занял первое место во Всероссийском конкурсе-параде буктрейлеров.

Намечается и другая тенденция: создание видеороликов по книгам становится увлечением непрофессионалов: «можно прогнозировать, что в ближайшем будущем такие опыты станут повальным молодежным хобби. И это ВОлне в духе времени: цифровая видеокамера сделала доступной возможность довольно качественной любительской съемки».

На сегодняшний день буктрейлеры, наряду с трейлерами и тизерами, уже уверенно занимают своё место в нише элементов рекламной кампании, основывающихся на аудиовизуальном воздействии.

Сегодня почти ни одна рекламная кампания книги в США и Европе не обходится без буктрейлеров, там он стал самостоятельным искусством. Первопро-

ходцем в создании видеорекламы данного направления в России стало издательство «AdMarginem», затем «Азбука Аттикус» и «ЭКСМО».

Таким образом, новый рекламно-иллюстративный жанр зарекомендовал себя как самостоятельный вид искусства, объединяющий литературу и визуальную культуру.

Процесс производства буктрейлера схож с созданием короткометражного фильма, кино-трейлера, тизера. Б. Мамлин считает, что «между короткометражкой, кино-трейлером и буктрейлером практически различий нет. Буктрейлер – одна из разновидностей таких работ».

Главное отличие сценария буктрейлера от обычного трейлера заключается в широкой вариативности и наличии широкого поля для проявления творческого замысла создателя. Основным требованием к сценарию буктрейлера является то, что он не должен пересказывать содержание книги. Из интервью Ю. Алеяникова: «функция буктрейлера - дать «текст» под углом большей смысловой читаемости».

Буктрейлеры выполняются в различной технике – игровые, анимационные, фотофильмы, видеоролики с использованием специальных компьютерных программ, приложений, цифровых эффектов. По сюжету буктрейлеры делятся на повествовательные, атмосферные и концептуальные.

Другим ключевым этапом в создании буктрейлера являются его съёмки – в отличие от трейлера к фильму, готовых сцен нет, поэтому их приходится создавать. Крайне желательно иметь команду профессионалов, однако если больших финансовых возможностей нет, можно ограничиться только самым необходимым, а именно: камерой с объективом, штативом, микрофоном.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.

*Е. Ю. Агамян*

**М. А. Чернизова**

*(студентка 5 курса ОЗО, направление «Журналистика»,  
профиль «Корреспондент средств массовой информации»,  
Институт филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПЦИИ ГОРОДСКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ (на примере газеты «ПАРА» и «ЁЖ»)**

В тезисах рассматриваются особенности содержательной, композиционной и графической модели студенческих городских изданий, выпускаемых в различных регионах России. В качестве объектов исследования выступает концепция газеты «Пара», выходящей в Санкт-Петербурге, и «Еж», выпускавшейся в Томске.

*Ключевые слова:* молодежные СМИ, студенческая пресса, городская газета, концепция издания.

Актуальность выбранной темы обусловлена развитием сегмента печатных и электронных изданий, рассчитанных на молодежную целевую аудиторию. Отдельный интерес представляет изучение особенностей концепции городской прессы для студентов, так как эта ниша информационного рынка по-разному наполняется в разных регионах.

Анализ сегмента студенческих изданий, функционирующих на современном информационном рынке России, позволяет говорить об их разнообразии. По разным оценкам, сегодня постоянно функционирует от 150 до 500 студенческих периодических изданий (большая часть из них относится к категории корпоративной официально-вузовской и студенческой учебной прессы).

Особую дефицитную нишу занимают городские студенческие издания. Сложности, связанные с экономической составляющей работы современной редакции, влияют на то, что в сегменте городской студенческой прессы представлены проекты, существующие на гранты или финансирующиеся официальными изданиями. Такими студенческими СМИ являются газета «Пара», распространявшаяся на территории Санкт-Петербурга с 2005 по 2013 год, и том-

ская газета «Еж» (бесплатное приложение к областной газете «Томские новости», существовавшее в качестве самостоятельного издания с 2007 по 2010 год).

Для того чтобы выявить особенности разработки и реализации концепции городского студенческого издания, были проанализированы номера газеты «Пара», вышедшие в 2012 году, и номера газеты «Еж», вышедшие в 2008 году (когда в рамках Всероссийского конкурса «Лучшая региональная газета» данное издание было признано одним из лучших).

Как показали результаты контент-анализа, редакции данных СМИ предлагают своим читателям интересный контент, который отличается тематическим и жанровым разнообразием, а также эксперименты с композицией и графическим оформлением издания. Так, редакция газеты «Пара» выбирает нетипичный для студенческой прессы формат А2, который, как правило, характерен для общественно-политических и деловых изданий, а также, следуя тенденции визуализации предлагает читателю клиповую верстку и баланс между иллюстративным и текстовым блоками (50% на 50%). Редакция газеты «Еж» использует ресурсы инфографики (схемы, карты, диаграммы). Такой контент оказывается основным в рубрике «Проблемы вузовских общаг в картинках».

Композиционная и графическая модель обоих изданий отличаются игровыми экспериментами со структурированием информации и оформлением текстовых и иллюстрационных блоков. Большинство рубрик в газете «Еж» строились по игровому принципу: в названии при помощи капитали выделялось слово ЕЖ, например: «Еж-конспект», «скрЕЖет мысли»; «мЕЖду прочим».

В содержательной модели газет были выявлены следующие особенности. Тематическая палитра издания «Пара» отличается широким кругом тем (кино, музыка, выставки, городские и международные события и новости), не касающихся сферы обучения студентов. Редакция выступает в качестве информационного спонсора многих фестивалей и культурных мероприятий, проходящих в городе.

Корреспонденты газеты «Еж» отдают предпочтение материалам, связанным с образовательной деятельностью и научным процессом в вузе. В центре внимания оказывается педагогическая деятельность преподавателей, интересные исследовательские проекты студентов и т. п. В рамках новостного блока освещаются научные и культурные проекты, участниками которых становились томские студенты. Журналисты стараются подать официальную информацию в интересном ключе, в частности привлекают внимание читателей при помощи

игровых заголовков: «РазБИТные проекты», «Беременна идеями. 9 месяцев общественной работы», «Бизнесхулиган» и др.

Таким образом, содержательная модель городского студенческого издания отличается широким кругом тем, не касающихся сферы обучения студентов, а также разнообразием жанровой палитры. В композиционной и графической моделях представлены игровые эксперименты со структурированием информации и оформлением текстовых и иллюстрационных блоков.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*И. Г. Катенева*

УДК 070.15

**А. М. Шумова**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПЕЧАТНЫЕ И ЭЛЕКТРОННЫЕ ВЕРСИИ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ: СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АУДИТОРИЕЙ (на примере журналов «VOGUE» и «HARPER'S BAZAAR»)**

В работе рассмотрена трансформация женских журналов «Vogue» и «Harper's Bazaar», а также представлены результаты изучения потребительского сектора.

*Ключевые слова:* глянецовые журналы, потребность, аудитория.

Сегодня глянецовые журналы можно рассматривать не только как тип СМИ, но и особый источник информации для целевой читательской аудитории. Журнал для женщин – сложный продукт, который адаптирован к уникальным гендерным чертам женщины, что проявляется в языке, приемах подачи информации, фотографиях и рекламе.

Современный журнал для женщин имеет ряд признаков массового периодического издания: он нацелен на вовлечение обширной аудитории, нуждающейся в контенте развлекательного и информационно-практического характера.

Несмотря на то, что «глянец» преимущественно ориентирован на женщин, ядром целевой аудитории можно считать работающую молодежь. Глянцевый журнал – это руководство по достижению успеха в профессиональной деятельности, сборник наставлений в области корпоративного этикета, и, конечно же, первый советчик в области моды и способов очарования противоположного пола.

Оформление электронной версии журнала разительно отличается от бумажной, что проявляется в основных элементах верстки, композиции и цветовой гамме. При этом, следует отметить, что в сетевой версии журнал утрачивает свое основное типологическое качество – глянцевый лоск, который часто и привлекает аудиторию, но приобретает другие свойства: современность, долговечность и комфортность.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Кислая*

УДК 070.15

**А. М. Шумова**

*(студентка 4 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **РЕПОРТАЖ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРЕССЕ (на примере газеты «НОВАЯ СИБИРЬ»)**

В работе выявлены отличительные особенности жанра репортажа в региональной общественно-политической прессе. Отражена специфика содержания и авторской позиции, технология создания произведения.

*Ключевые слова:* репортаж, жанр, региональная пресса.

Региональная пресса занимает особое место в общей массе печатной продукции. Региональные газеты, как правило, не только рассматривают глобаль-

ные вопросы, но и обращаются к проблемам обычных людей связанными с взаимодействием с властью, благоустройством, ЖКХ, образованием и т. д.

Отличительной особенностью публикаций в общественно-политических изданиях является стремление доступным языком объяснить законы, решения, указы, повысить экономическую и юридическую грамотность населения, привлечь граждан к общественно полезной деятельности, сформировать общественное мнение.

Для того, чтобы информация не казалась слишком скучной и не вызывала отторжения у читателя, газеты используют разные жанры. В основе репортажа лежит новизна события. Точнее сказать, репортаж – это новость в движении. Здесь журналист использует и короткие интервью по ходу действия, и специфические формы отчета о своих ощущениях. Цель репортера – не просто запечатлеть «картинку с натуры», а в чем-либо убедить читателя, направить его мысль по определенному руслу.

В современной журналистике, в зависимости от задачи, которую ставит перед собой автор, появилось несколько основных видов репортажа: информационный, аналитический, исторический, криминальный.

Использование смешанных типов речи, слов разных стилей, оценочной лексики делает репортаж живым и интересным.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Кислая*

**И. А. Щетинин**

*(студент 2 курса, направление «Журналистика», профиль «Корреспондент средств массовой информации», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ФОТОГРАФИЯ КАК ДОКУМЕНТ: ЦЕЛИ И ФОРМЫ ЕЁ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ (на примерах публикаций в газете «КУЗНЕЦКИЙ РАБОЧИЙ» и сайта «ФОТОХРОНОГРАФ»)**

В работе анализируются научные подходы к исследованию феномена документальности в фотожурналистике.

*Ключевые слова:* фотодокумент, фотожурналистика, фотопублицистика, трансформация, фотодокументальный проект.

В современных условиях под влиянием бурно развивающихся информационных технологий СМИ претерпевают постоянные изменения, происходит смена профессиональных ориентиров и качеств. Фотография в массмедиа получает новые интерпретации, утрачивая свои первичные значения.

Исследуя фотоматериалы, опубликованные в газете «Кузнецкий рабочий» и на сайте «Фотохронограф», мы акцентировали внимание на основных признаках, присущих фотографическому изображению, которые позволяют отнести его к определенному типу фотодокументов, используемых в СМИ в качестве артефакта, подтверждающего реальность события или явления. В частности, выявлены и описаны основные черты двух направлений фотодокументалистики в современных масс-медиа.

1. *Фотодокумент события* имеет, по большей мере, местное значение, показывает, что и где произошло, в каком месте зафиксировано, состав участников и очевидцев события. Самым крупный жанр современной фотожурналистики — фоторепортаж. Но чаще всего материалы сопровождаются лишь одной пресс-фотографией в жанре фотохроники, фотозаметки, фотопортрета, которая и выступает документальным подтверждением произошедшего актуального события, акцентирует внимание аудитории на нём.

2. *Фотодокумент явления*. Как правило, это крупные документальные фотопроекты, цель которых – показать «что происходит», «чем это вызвано», «почему так», «какие изменения в жизни людей влечет за собой», «эмоциональная реакция людей на происходящие изменения в их жизни».

В отличие от фотожурналистики, работа над фотодокументальными проектами выполняется в рамках определенного коммерческого заказа (далеко не всегда заказчиком бывает СМИ) или личного побуждения фотографа.

В современных культурно-просветительских изданиях, таких как «The Atlantic», репродукции которого представлены на сайте «Фотохронограф», изображение выступает как документ явления. Здесь публикуются крупные фотожанры в их первоначальном виде и значении: фотографии сопровождаются краткими описаниями без каких-либо оценок, мнений.

Анализируя целевые аудитории сайта «Фотохронограф» и далее опосредовано журнала «The Atlantic», мы пришли к выводу, что опубликованные фотодокументальные проекты чаще всего используются для организации дискуссий в интеллектуально продвинутых аудиториях, при обсуждении резонансных ситуаций, для популяризации научных знаний и в просветительских целях.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц.  
*А. М. Пазовский*

# **ИСТОРИЯ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ В АСПЕКТЕ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО**

---

УДК 37.014.5 37.014.5

**Се Лили**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажер Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **АКАДЕМИЧЕСКАЯ МОБИЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ РОССИИ И КИТАЯ КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

В работе рассматриваются различные формы академической мобильности российских и китайских студентов. Указываются современные тенденции в области международного сотрудничества России и Китая.

*Ключевые слова:* академическая мобильность, Россия, Китай.

Взаимодействие России и Китая имеет длинную историю. Самое начало восходит к династии Юань. И с 1991 до 1999 был период нестабильности и период перехода с 2000 до 2011. И сегодня вопрос о тесных контактах между странами приобретает особую значимость, после того как председатель правительства Си Цзиньпин выдвинул концепцию «Один пояс – один путь» в сентябре 2013, во время визитов в страны центральной Азии и в Индонезию. Это важная инициатива по строительству экономического пояса Шёлкового пути 21 века.

По официальным данным, «Один пояс – один путь» охватывает большую часть Евразии, соединяя развивающиеся страны, в том числе развитые страны в целях стимулирования развития азиатско-европейских стран в пяти областях: политика, сообщение, торговля, финансы и культура. Высшее образование стоит в этом ряду как важнейшая составляющая современной культуры.

На фоне концепции «Один пояс – один путь» исследование международного сотрудничества в области образования направлено на поиск новых мето-

дов преподавания, которые удовлетворили бы потребность двух стран в обучении в рамках высшего образования и имели бы при этом высокую эффективность. Этому, безусловно, способствует и академическая мобильность преподавателей и студентов.

После 2013 года академическая мобильность проявляет такую тенденцию, как увеличение количества студентов и преподавателей, участвующих в программах академической мобильности, и разнообразие форм, содержания академического обмена.

Так до 2011 года в России насчитывалось 18 тысяч китайских студентов и 10 тысяч российских студентов в Китае. После 2013 года эта цифра повысилась, и в 2015 году две страны заключили договор, чтобы к 2020 году число обучающихся по совместным образовательным программам увеличилось до 100 тысяч. Что касается форм и содержания обменов, то они тоже разнообразны. Например, строительство институтов, учебные и научные стажировки, сотрудничество в области образовательных программ и создание совместных университетов и другие. Например, в 2016 году в городе Шэньчжэнь создан китайско-российский совместный университет.

Из вышесказанного можно прийти к выводу, что концепция «Один пояс – один путь» и академический обмен взаимозависимы. Концепция стимулирует полный обмен, это помогает совершенствовать образовательные системы двух стран. В то же время академический обмен – ядро обменов «Один пояс – один путь».

Безусловно, в академической мобильности существуют такие проблемы, как проблема языков, географический фактор, нехватка масштаба университета и другие. Эти проблемы нужно решать совместно, что будет способствовать близкому отношению и развитию двух стран.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Е. Г. Басалаева*

**Чэнь Болян, Чжао Чжэ**

*(студенты 3 курса Синьцзянского педагогического университета,  
стажёры Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **МОСКВА И ПЕТЕРБУРГ КАК КЛЮЧЕВЫЕ ГОРОДА РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ**

В сознании иностранцев, безусловно, значимы два центра: Москва (исторический центр) и Петербург (культурный центр). История борьбы и культурного самоопределения этих городов дает повод поразмышлять о своеобразии их развития. В работе Москва и Петербург рассматриваются как феномены современной урбанистической культуры России.

*Ключевые слова:* Москва, Петербург страноведение, феномен города.

Москва – имя собственное женского рода; Петербург – имя собственное мужского рода. На этом гендерном различии акцентировали свое внимание русские критики и писатели: Н. В. Гоголь, В. Г. Белинский, А. И. Герцен. Кажется особенно важным, что после революции Москва сохранила свое историческое и культурное значение, а Петербург, переименованный в Ленинград, стал восприниматься как особое культурное пространство. Так, в истории Москвы наблюдается преемственность, линейность, в то время как в истории Петербурга-Ленинграда, наоборот, прерывистость.

Несмотря на то, что этимология названия города *Москва* точно не установлена, большинство источников позволяет связать топоним с гидронимом. В последнее время широкое распространение среди специалистов получили гипотезы о балтийском, славянском и финно-угорском происхождении названия реки. В славянской и балтийской версии исконным значением слова было «жидкий, топкий, сырой, слякотный». В финно-угорской версии — «вода, река, мокрый» в коми, и «медведь, самка, мать, медведица» с марийского языка. Кажется любопытным, что две наиболее драматичные войны, получившие в России название отечественных, происходили в непосредственной близости от Москвы. В своем романе «Война и мир» Лев Толстой устами Наполеона называет Москву «азиатским городом», подобные коннотации использовались в нацистской пропаганде.

Этимология города *Санкт-Петербург* прозрачна и очевидна. Названный в честь святого покровителя города Петра, город в то же время ассоциировался с его создателем – Петром I. Петербург является ключевым сюжетным пространством русского романа XIX века – особый драматизм теме города придали Н. В. Гоголь, Ф. М. Достоевский, М. Е. Салтыков-Щедрин. В начале XX века трагическое мироощущение связал с Петербургом (ВОследствии – Петроградом) А. А. Блок. После революции город был переименован и получил новое имя в честь главного идеолога большевиков – В. И. Ленина. Особый драматизм история Ленинграда приобретает в лирике А. А. Ахматовой, музыке Д. Д. Шостаковича.

Сегодня два города с различной судьбой продолжают конкурировать, что выражается в выборе разных стратегий позиционирования. Москва как исконно русский город претендует на роль центрального, образующего города. Неслучайно здесь сосредоточены ключевые символы власти. Петербург остается «культурной столицей», не только предлагая туристу самые разные музеи, но и реализуя эту музейную функцию в повседневной жизни.

Для иностранцев, изучающих русский язык, посещение Москвы и Петербурга составляет важную часть страноведческой практики, поэтому образовательные поездки и экскурсии, проводимые институтом филологии, массовой информации и психологии, очень важны.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*А. Е. Козлов*

**Чай Данья**

*(студент 3 курса Синьцзянского педагогического университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

**КАЗАНЬ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО  
РОССИЙСКОГО ГОРОДА**

При упоминании России для иностранца в первую очередь ассоциативно значимы два центра: Москва (исторический центр) и Петербург (культурный центр). Казань – тоже известный исторический культурный город, который имеет зарегистрированный бренд «третья столица России». В работе Казань рассматривается как феномен современной урбанистической культуры России.

*Ключевые слова:* Казань, страноведение, феномен города.

Казань – столица республики Татарстан, крупный порт на левом берегу Волги. Один из крупнейших религиозных, экономических политических научных образовательных культурных и спортивных центров России.

О происхождении названия *Казань* существует несколько версий и легенд. Согласно одной из них, колдун посоветовал волжским булгарам построить город там, где без всякого огня будет кипеть врытый в землю котёл с водой. Отсюда и пошло название города Казань – *казан* в современном болгарском и татарском означает “котёл”.

В Казани можно увидеть феноменальное сосуществование нескольких культурных и религиозных традиций. Действительно, Казань – город, где исторически тесно переплетаются две религии: ислам суннитского толка и православное христианство. В континенте Евразия это значимый район слияния разных культур и религий: здесь построено свыше четырёх десятков мечетей, в том числе самая большая мечеть в Европе, кроме того, открыто почти три десятка православных храмов. В Казани религиозные убеждения разных групп граждан полностью основаны на терпимости и гармоничности – таким образом, различные религии здесь формируют единое пространство толерантности.

Город с долгой историей, конечно, привлекает много туристов. Здесь имеется церковь европейского стиля и ламаистский монастырь азиатского сти-

ля. До недавнего времени на территории города работал единственный в мире памятник «Храм всех религий».

Для иностранцев, изучающих русский язык, посещение Казани составляет важную часть страноведческой практики.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
А. Е. Козлов

УДК 37.014.5 81'366

**Ван Цзюньчуан**

(стажер Синьцзянского университета, Урумчи,  
Китайская Народная Республика, Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)

## **ОСОБЕННОСТИ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ НАЗВАНИЙ ГО- РОДСКИХ ОБЪЕКТОВ**

В работе изучаются важнейшие тенденции, характерные для наименований городских объектов в России и Китае, их различия и сходства.

*Ключевые слова:* номинации, городские объекты, русский язык, китайский язык

Название должно сигнализировать, информировать о том, что производится, продается, предлагается в данном заведении. Этот принцип используют не только в России, но и в Китае.

В качестве мотивирующих названий в русском языке широко используются личные имена: *Кирилл, Татьяна, Людмила, У Стаса*, которые обозначают адресанта – владельца. И в Китае это название самое простое, популярное и в то же время самое обычное. Оно состоит из двух частей: имя / фамилия хозяина + общее название магазина, и мы можем сразу понять, кто хозяин и какой это магазин, например, 俊红商店, 小刘理发店.

Наименования с использованием цифр и чисел (иногда в комбинациях с буквами и другими графическими элементами) используются в самых различных сферах: кафе «2 & 2»; бистро «51»; фирма по производству автозапча-

стей «33»; комиссионный магазин «928». В русской культуре эти цифры не имеют какого-то особенного значения. В Китае хозяин тоже называет свой магазин цифрами, но не все цифры подходят. Китайцы любят только несколько цифр, например: 1, 6, 8. Цифра 1 имеет много положительных значений: Чемпион, Первое место, Начало; цифра 6 – Успешность; цифра 8 – Обогащение. Цифру 4 почти невозможно увидеть в названиях, потому что в китайской культуре 4 значит «смерть».

Еще один тип русских названий – это названия, вызывающие «лингвистический шок», «лингвистическое недоумение», например, необычное название фирмы «Ремонтник Г» при восприятии невольно переосмысливается в сторону не совсем приличных ассоциаций (ср. в Словаре московского арго «Нечто плохое, гадость, дрянь»). Для того чтобы привлечь внимание горожанина, китайцы предпочитают пользоваться словами, которые имеют только положительное значение. Они никогда не выберут плохое слово, потому что китайцы считают, что над ними будет тяготеть рок, если назовут свой магазин таким словом. Китайцы любят выбирать иероглифы только потому, что они связаны с хорошими значениями, хотя иногда они совсем не связаны с объектами наименования. Например, 金玉来 – кондитерская. В китайской культуре *яшма* и *золото* обозначают высокое положение. Не сразу можно узнать, что там продают, но китайцы любят это название, только потому, что у него хорошее значение.

Еще один способ наименования городских объектов – ретро-названия, в которых используются типичные приметы старых наименований: *Лавка жизни*, *Строганов и К*, *Адресь*, *Потемкинъ*, *Дело* и др. В Китае тоже есть такая традиция, но наблюдаются некоторые отличия. В Китае существуют многие магазины, которые имеют очень длинную историю, они уже превратились в определенный символ, производят на людей хорошее впечатление, например: 同仁堂, 全聚德, 狗不理.

В русских названиях городских объектов часто используется языковая игра, в том числе основанная на графических выделениях, например: *ВиноГрад*, *КомпАс*, *БарБосс*. Иероглиф не может выделяться, как русские слова. Но в китайском языке существуют многие иероглифы с несколькими вариантами произношения – здесь тоже возникает очень интересная языковая игра. Например: 发源地 – парикмахерская. Иероглиф 发 имеет два произношения: если 发 (первый тон) 源地, то прямое значение этого слова – «исток». Но если 发 (четвер-

тый тон) 源地, то значение этого словосочетания очень сильно меняется – «самая модная прическа». Клиенты может быть не могут сразу понять, что в этом заведении, но это название уже успешно возбудило интерес клиентов.

Таким образом, названия городских объектов в России и в Китае имеют много общего, в то же время у каждой страны есть свои особенности, потому что эти названия тесно связаны с культурой, историей и обществом. Особенности названий городских объектов в определенной степени отражают особенности России и Китая.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Храмова*

УДК 37.014.5 81'272

**Айтиэргули Уламу**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажер Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **РАСПРОСТРАНЕНИЕ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА В КОНТЕКСТЕ ПОЛИКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАРОДОВ**

В работе освещаются вопросы, связанные с положением китайского языка в мире, оценивается его роль в современном культурном и коммуникативном пространстве, указываются факторы, влияющие на распространение китайского языка в разных странах.

*Ключевые слова:* китайский язык, языковая политика.

В настоящее время в поликультурном пространстве развитие разных культур находится перед разными вызовами. Всемирная поликультура значит, что в современном обществе люди уважают и принимают другие культуры. В настоящее время поликультура постепенно становится важным условием, по которому измеряется мощь государства.

Каждая страна старается найти способ, чтобы распространить свою отличную культуру всему миру, то есть всегда есть желание расширить влияние своей страны.

В современную эпоху реформ и открытости влияние Китая на международной арене и международный статус Китая значительно увеличиваются.

«Как мы распространяем свою культуру?» – эта важная проблема получила большое внимание Китая. В первую очередь это происходит за счёт продвижения китайского языка.

Высока роль языка в развитии государственной силы и привлекательности Китая, больше и больше иностранцев приезжают в Китай учиться и работать, все больше и больше иностранцев могут говорить по-китайски.

По статистическим данным в мире около 30 миллионов людей, и сейчас китайский язык многими выбирается в качестве второго языка для обучения. Во многих университетах реализуются программы на китайском языке, организуется институт Конфуция и др.

“Китайский бум” свидетельствует, что китайский язык выступает в качестве международного языка и языка бизнеса, кроме этого, китайские культурные ценности в мире постоянно расширяются.

Язык – это средство общения, мы пользуемся языком для коммуникации, понимания друг друга. Язык является носителем культуры, необходимо использовать язык для ее распространения. Культура также поощряет развитие языка.

Итак, китайский язык является официальным и признаётся Организацией Объединенных Наций одним из рабочих языков в мире. Китайский язык существует в древней современной формах. Конечно, сейчас мы изучаем современный китайский язык. В китайском языке богатый словарь, легко можно выразить чувства, произношение китайского языка громкое, чёткие интонации, разнообразные звуки, особая система письма. Все это делает китайский язык доступным для изучения.

В настоящее время в России особую популярность имеет проект «Китайский мост», который стал площадкой для всех студентов, изучающих китайский язык и китайскую культуру. Содержание программы включает знания китайского языка, проверку навыков говорения, письма и комплексного владения элементами китайской культуры. Кроме того конкурсанты участвуют в различных тематических и красочных культурных мероприятиях.

Большую роль в продвижении китайского языка и поддержке всех изучающих и преподающих китайский язык играет Институт Конфуция.

Итак, как можно правильно распространять китайский язык?

1. Привлекать многих участников разными методами сотрудничества. Различные общественные организации оказывают широкое влияние на распространение культуры и китайского языка в международном масштабе.

2. Повысить требования к подготовке специалистов, распространяющих традиционный китайский язык, они должны быть знакомы с культурными ценностями и выражениями, уметь использовать эффективные формы общения, чтобы больше людей узнавали и понимали китайский язык и культуру.

3. Поощрять международное общение и учитывать его роль в развитии всей человеческой культуры. Многокультурное сосуществование – это динамическая ситуация; мир находится в процессе культурного взаимодействия и взаимного влияния. Нам надо вносить вклад в развитие мировой культуры в контексте поликультурного взаимодействия народов.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Е. Г. Басалаева*

УДК 37.014.5 372.016:514

**Ма Лиянь**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ЗВУКОПОДЖАТЕЛЬНЫЕ СЛОВА В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

В работе представлен сопоставительный анализ русских и китайских звукоподражаний с точки зрения восприятия и воспроизведения их людьми, а также с позиции собственно языковых аспектов: структуры и синтаксической функции. Данное исследование позволяет выявить общность и разницу культур и фрагментов языковой картины мира русских и китайцев.

*Ключевые слова:* русский язык, китайский язык, звукоподражание, синтаксическая роль.

Звукоподражательные слова – это группа слов, которые имитируют звуки природы и язык животных. Хотя русский язык и китайский язык имеют разные

языковые системы, но в составе того и другого есть множество звукоподражательных слов. Каждый язык по-своему осваивает звучания внешнего мира, звукоподражания разных языков не совпадают друг с другом, хотя нередко обладают сходством.

Для начала рассмотрим прямые звукоподражательные слова в двух языках. Прямые звукоподражательные слова – это слова, соответствующие звукам животных и природы.

Источник звука	Русский язык	Китайский язык
Корова	му-му	哞哞
Кошка	мяу-мяу	喵喵
Утка	кря-кря	呱呱
Гусь	га-га-га	咯咯
Лягушка	ква-ква	呱呱
Стук	тук-тук	咚咚

Сопоставив данные таблицы, можно сделать вывод, что в разных странах животные и предметы издают одинаковые звуки (коровы мычат, камни стучат...), но люди, подражая им, произносят эти слова по-разному.

Продолжая сопоставление, необходимо выявить грамматические и структурные особенности звукоподражаний в исследуемых языках.

#### ▪ Структурные типы звукоподражаний в русском и китайском языках

С точки зрения структуры звукоподражательные слова в китайском языке, как правило, односложные, двухсложные, трехсложные и четырехсложные (汪, 巴赫, 叮咚叮咚). В русском языке звукоподражательные слова также могут быть и односложными, и многосложными: мяу, гав, бом-бом, динь-динь-дон. Но есть и отличие: в китайском языке есть такие звукоподражания, которых в русском языке невозможно встретить, например: 哗啦啦啦、叽叽喳喳、嘻嘻哈哈、叮叮当当、噼里啪啦、稀里哗啦、丁零当啷 (звуки взрыва, звона, треска и т. д.). Таким образом, в структурном аспекте звукоподражательные слова в китайском языке сложнее, чем русские звукоподражания.

### ▪ Синтаксическая функция звукоподражаний

Как китайские, так и русские звукоподражания могут не только использоваться как обособленные члены предложения, но также быть подлежащим, сказуемым, дополнением, определением. Например: *Кудах-тах-тах* (обособленный член предложения), *не трогайте мою ложку* (Русские народные сказки); *Доктор уходит, свеча тухнет, и опять слышится бу-бу-бу* (подлежащее) (А.Чехов); *Обыкновенно я принесу им чай в кабинет, и они там бу-бу-бу* (сказуемое) (А.Толстой); *Но бестолковая кукушка, самолюбивая болтушка, одно куку* (дополнение) *своё твердит* (А.Пушкин).

Самое важное это то, что русские звукоподражания в отличие от китайских могут не только субстантивироваться, но и заменять самих животных и вещи. Например: *Тик-тик не трогай! Чик-чирик улетел!*

Китайские же звукоподражания могут быть в предложении обстоятельством, чем отличаются от русских.

В заключение отметим, что русские и китайские звукоподражания имеют между собой много общего, однако у русского и китайского народов разный национальный образ мышления, различные языковые картины мира, специфические особенности языка и культуры, поэтому естественно то, что звукоподражания в русском и китайском языках имеют не только сходства, но и различия как в структурном, так и в функциональном аспектах.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
О. А. Ружа

**Ян Фэй**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ЛОЗУНГ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

В работе представлена попытка сопоставительного анализа использования лозунга в современных русском и китайском языках. Находится общая составляющая, делается вывод о схожем использовании лозунга в политике и рекламе. При сопоставлении учитывается взаимное влияние данных культур друг на друга.

*Ключевые слова:* русский язык, китайский язык, сопоставительная лингвистика, лозунг.

Китай и Россия почти сто лет шли одним курсом, пытаясь воплотить идеи марксизма-ленинизма, пережив революцию и социалистическое строительство. Оба государства расположены на континенте Евразия, и хотя русские и китайцы – это разные национальности, хотя ими используются разные языки, но лозунги, используемые в этих странах в разное время, похожи друг на друга.

Что такое лозунг? Лозунг (нем. *Lozung*) – призыв или обращение в лаконичной форме, выражающее руководящую идею, требование (ЭС). Встретить лозунги можно как в устной, так и в письменной форме в разных сферах: политической, религиозной, в рекламе и т. д. В Энциклопедическом словаре PR и рекламы под лозунгом понимается «легко доступная широкой аудитории, ясная и сжатая формулировка рекламной или политической идеи». В письменной форме лозунги чаще всего появляются в виде плакатов. Кажется, хотя обе страны, Китай и Россия, имеют различные языки, но суть понятия ”лозунг” в них одинакова. Приведем примеры лозунгов, относящихся к разным эпохам.

### **1. Лозунг в период революции и строительства социализма**

Русский лозунг (с переводом)	Китайский лозунг (с переводом)
Вся власть – советам! (一切政权归苏维埃!)	一切权利归农会 (Вся власть – крестьянским союзам!)
По пути ”красного террора!”(走无产阶级专政之路!)	加强无产阶级专政 (Укрепление диктатуры пролетариата!)
За родину, за Сталина! (为祖国而战, 为斯大林而战!)	停止内战, 一致抗日 (Прекратить гражданскую войну, единогласно антияпонская!)
Родина-Мать зовёт! (祖国母亲在召唤!)	中华民族解放万岁! (Да здравствует освобождение китайской нации!)
Работай так, как Сталин! (像斯大林那样工作!)	读毛主席的书·听毛主席的话·照毛主席的指示办事·做毛主席的好战士 (Читать книги Председателя Мао, слушать слова Председателя Мао, согласно указаниям председателя Мао, стать хорошим воином председателя Мао)

Эти лозунги отражают специфику обеих стран в период революции и строительства социализма. И мы видим, что в этом наши две страны очень похожи.

## 2. Лозунг в рекламе

Времена меняются, в лозунгах и их тематике произошли изменения, частично лозунг от обслуживания политических и военных потребностей страны перешел в сферу услуг, рекламы. Сегодня в России, Китае и других странах реклама уже заполнила пространство массовой коммуникации. Сейчас лозунг в варианте рекламного слогана является не просто политическим призывом страны, он больше исходит от коллектива в виде предприятия, компании и даже от индивидуума и в подавляющем большинстве используется для получения прибыли.

Сопоставим несколько слоганов русской и китайской рекламы, сохраняющих черты лозунга.

Русский лозунг (с переводом)	Китайский лозунг (с переводом)
Потребитель всегда прав! (顾客就是上帝!)	飞利浦(Филипс)---让我们做得更好 (Мы сделаем это лучше!)
Искусство строить профессионалами! (永远致力于艺术!)	诺基亚(Nokia)---科技以人为本 (Наука принадлежит человечеству!)
Наша продукция – ваша гордость! (我们的产品是你们的骄傲!)	《康师傅》方便面---好吃看得见 (Быстро приготовленная лапша 《Кан Шифу》 заметно, что вкусно!)
	可口可乐---喝可口可乐吧! (Пейте кока-колу!)
	只溶在口, 不溶在手 (Молочный шоколад M&M – растает во рту, а не в руках!)

Как видим, и рекламные лозунги, употребляемые русскими и китайцами, не отличаются друг от друга.

Таким образом, лозунг в двух соседних державах – Китае и России использовался в разных исторических периодах. Их содержание и роль похожи. Похожи и изменения, которые претерпели лозунги со временем. Лозунг – это зеркало, свидетель исторического процесса двух стран.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*О. А. Ружа*

УДК 37.014.5 81'366

**Се Лили**

*(стажер Синьцзянского университета, Урумчи,  
Китайская Народная Республика, Институт филологии, массовой информации  
и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический  
университет», Новосибирск)*

## **КОМПЛИМЕНТ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (на материале русских и китайских социальных сетей)**

Работа посвящена изучению особенностей комплимента в китайском языке в сравнении с русским языком на материале социальных сетей. Исследуются комментарии к фотографиям.

*Ключевые слова:* комплимент, интернет-коммуникация, китайский язык, русский язык.

По мере того как стали распространяться социальные сети, комплимент активно используется девушками с целью доставить удовольствие и поднять самооценку. Цель работы – изучить сходство и различие комплимента в китайском и русском языках (на материале социальных сетей «ВКонтакте» и «Wechat»).

В русских и китайских социальных сетях чаще всего используются существительные и прилагательные: *красивая, обаятельная, прекрасная, симпатичная, милая; красавица, красотка*. Наречие также могут быть в комплименте: *хорошо, неплохо, отлично*.

В китайском языке частотны в интернет-коммуникации идиомы: *совершенная красота* 秀色可餐, *красота от природы* 天生丽质, *красивая как ангел* 美若天仙, *яркая и захватывающая* 明艳动人. В русском языке эмоции могут выражаться при помощи уменьшительно-ласкательного суффикса, который имеет фамильярный оттенок, например, *красотуля, милашка, милаха* и др.

Высокая степень проявления качества, приписываемого объекту оценки, может достигаться при использовании слов-интенсификаторов 强化词: частицы 语气词 и междометия 感叹词. Это подобно в русском и китайском языках.

Например, комплимент в китайской социальной сети: – *О, вау, такая милая!* – *ци-ци-ци*, где *вау* выражает удивление и восхищение, а *ци-ци-ци* – смущение и радость.

В русском языке, если на фотографии изображена девушка с косой и в платке с народным орнаментом, часто используется словосочетание *русская красавица*, что отражает стереотипное представление пользователей сети об образе русской красавицы. В китайском языке, когда девушки сфотографированы в платье *ципао*, их называют *классическими красавицами* 古典美女.

В русском языке используются метафоры, например, *русалочка* о девушке, запечатленной на фоне моря или реки; *нимфа* – на фоне зелени или цветов. Если у китайской девушки бледная кожа, чёрные волосы, красные губы, то её называют *белоснежной принцессой*.

В русском языке комплимент в социальных сетях может строиться с помощью разговорно окрашенных и жаргонных прилагательных, например: *классная, здоровская, обалденная, суперская, клевая*. В китайском языке тоже есть такие жаргонные слова, но обычно они диалектные, например, *изящная* 真俊 (в провинции Шань си), *диговинная* 真稀罕 (в провинции Синьцзян).

В последнее время в китайском языке в интернет-коммуникации между девушками появились такие «интернетные» слова, как «мо мо да» 么么哒, «мэн мэн да» 萌萌哒, «мэй мэй да» 美美哒, «бан бан да» 棒棒哒, которые выражают оценку внешности. Раньше всего появилось «мо мо да», оно записано в большом китайском словаре 辞海 как звукоподражательное слово. Сейчас оно активно используется в разговорной речи.

В китайской культуре ценят не только внешность девушки, но и ее внутренние качества, поэтому встречаются такие комплименты: – *Выглядишь умной!* – *Не смейся надо мной* (если у девушки высокий лоб, потому что в древно-

сти такие мудрецы, как Конфуций имели высокий лоб). Слово *добрая* может использоваться, если у девушки брови ниточкой, слова *нелестная* и *сдержанная* – если толстые губы и большое расстояние между бровями.

После сравнения комплимента в русских и китайских социальных сетях нетрудно заметить, что они очень похожи, но также есть различия. Эти различия зависят от языка, истории и эстетических воззрений. Комплимент в интернет-коммуникации отражает психологическое состояние девушек, эмоциональная связь между девушками позволяет построить гармоничную и дружескую атмосферу.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Л. Н. Храмова*

УДК 37.014.5 81'366

**Му Цзин**

*(стажер Синьцзянского педагогического университета, Урумчи, Китайская Народная Республика, Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **СВЕКРОВЬ И НЕВЕСТКА В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

В работе анализируются стереотипные представления об отношениях между свекровью и невесткой в русской и китайской языковых картинах мира.

*Ключевые слова:* свекровь, невестка, языковая картина мира, стереотипы, русский язык, китайский язык.

Каждый естественный язык отражает определенный способ восприятия и устройства мира. Картина мира передается от поколения к поколению, неисчерпаема по содержанию и служит основой человеческого поведения.

Слова *свекровь* и *невестка* – это важные термины родства как в русском, так и в китайском языках. Термины родства – названия кровных родственников и свойственников. В толковых словарях русского языка представлены следующие значения слов: *Свекровь* – мать мужа; *Невестка* – замужняя женщина по

отношению к родным ее мужа. Обратившись к этимологии слов, мы выяснили, что *невестка* – «невесть кто». Такое значение связано с тем, что беря в жены девушку из чужого рода, родственники мужа о ней не знали. Слово *свекровь* этимологически – это «всех кровь», то есть глава рода, чья кровь течет во всех потомках.

Невестку в современном китайском языке называют “儿媳”, что переводится на русский язык буквально «жена сына»: 儿 – по произношению связан со словом «послушание» и значит сын, 媳 – это жена. В Словаре китайских иероглифов 媳 – «женщина с метлой».

В России отношения свекрови и невестки описываются в конфликтном ключе, так как издавна невестка и свекровь воспринимаются как две противоборствующие стороны. В русской лингвистической традиции слова *свекровь* и *невестка* не используются в качестве обращений: невестка или обращается по имени и отчеству, или совсем никак не называет свекровь. Очень редко используют слово *мама* – только в тех случаях, когда отношения между ними можно считать хорошими.

В Китае невестка использует в качестве обращения слово *свекровь*, что в русском языке будет считаться очень обидным и невежливым. В китайском языке часто называют свекровь *мамой*, потому что мама мужа – это вторая мама, даже если отношения не очень хорошие.

Национальный менталитет проявляется в отражении особенностей быта, обычаев, истории и культуры в пословицах и поговорках. Главное назначение пословиц и поговорок – давать народную оценку объективных явлений действительности, выражая тем самым мировоззрение.

На основе анализа русских пословиц можно сказать, что свекровь чаще всего обладала сварливым характером, была склонна к конфликтам, бранила и ругала и даже била свою невестку. Невестка в русской картине мира – девушка покорная, молчаливая, беспрекословно выполняющая всю домашнюю работу. Ср.: *Журлива, что свекровь; Свекор драчлив, свекровь ворчлива, деверья журливы, невестки мутливы; Кукушка соловушку журит (свекровь сноху); Сноха свекрови – битая полоса; Свекровь на печи что собака на цепи; Деверья впереди, что борзые кобели; свекровь на печи, что сука на цепи; Свекровь кошку бьёт – невестке наветки дает.*

Хотя в Китае аналогичная ситуация – отношения между невесткой и свекровью не всегда хорошие – в пословицах (идиомах) отражаются именно хоро-

шие отношения. Например: «Они дружны, как мать и дочь»; «Если свекровь и невестка в ладу, тогда вся семья будет жить в гармонии». Но они не всегда живут в ладу. В старину в Китае свекровь руководила невесткой, и невестке приходилось слушаться, так как положение в семье древнего Китая такое: жена слушается мужа, молодые слушаются старших. Эти нормы поведения касаются морали, этики и уровня нравственности, такие качества важнее китайцам, чем жизнь. Но есть и такие выражения: «Десять пар свекрови и невестки, девять из них не дружны» Более сильное негативное отношение проявляется в пословицах, где используется слово *дочь*, например: «На смотринах зять теще будет все более и более нравиться; а в на смотринах невестки она более и более может надоесть»; «Когда вспоминаю дочь, хочу улыбаться; когда вспоминаю невестку, зуб у меня болит». Свекровь не может относиться к своей невестке так, как к своей дочери, хотя на свадьбе свекровь всегда обещает: «Я буду относиться к тебе как к своей дочери».

В каждой культуре есть свои особенности. Свекровь и невестка в русском и китайском языках не только имеют сходство, но и имеют свои особенности – сравнение их очень интересно.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Л. Н. Храмова*

УДК 37.014.5 81'373.45

**Ян Тин**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажер Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

В работе рассматриваются основные причины заимствования слов в разных языках, анализируются способы вхождения заимствований в язык. Автором приводятся примеры различных английских заимствований в русском и китайском языках, указывается их специфика.

*Ключевые слова:* русский язык, китайский язык, заимствованные слова.

В наши дни развитие культуры невозможно отдельно, поскольку контакты происходят во всех сферах – политике, экономике, искусстве, повседневной жизни. Культуры взаимозаимствуют явления и понятия. И конечно же, в языке как части культуры, происходят многие изменения. В русский и китайский языки входят иноязычные слова, больше же всего заимствований из английского языка. Причиной является то, что люди стали больше путешествовать, появился Интернет, развиваются связи между странами, усилился культурный обмен; английский язык становится международным языком общения.

Англицизмы стали проникать в русский язык с начала 19 века, но они не были распространенными вплоть до 1990-х гг., когда случился распад СССР, и англицизмы начали употребляться в больших масштабах.

Опираясь на научную литературу, назовем причины заимствования англицизмов в русском языке:

1. Потребность в наименовании новой или чужой реалии (*гамбургер, скейтборд, грант, спонсор, блейзер*).

2. Необходимость в разграничении понятий (ср.: *образ* “созданный художником или актером характера, тип” – *имидж* (англ. image) “специально создаваемое представление о ком-то или о чем-то, стиль поведения; оказывает эмоциональное и психологическое воздействие на кого либо в целях популяризации, рекламы и т.п.”).

3. Тенденция к замене описательных наименований одним словом (*овертайм* – добавочное время, *шоумен* – специалист в области организации и проведения шоу и др.).

4. Наличие в языке сложившихся систем терминов, например, компьютерных (*факс, дисплей, аккаунт, баг*), спортивных (*виндсерфинг, снейтборд, кик-боксинг, фристайл*).

5. Социально-психологические причины: многие носители языка считают иностранное слово более престижным (*тренд, коуч, волонтер, мейкап*).

Перечислим способы вхождения в язык англицизмов.

1. Прямые заимствования. Слово встречается в русском языке приблизительно в том же виде и в том же значении, что и в языке – оригинале. Это такие слова, как *уик-энд* – выходные; *мани* – деньги.

2. Гибриды. Данные слова образованы присоединением к иностранному корню русского суффикса, приставки и окончания. В этом случае часто несколько изменяется значение иностранного слова – источника, например: *аскать* (to ask – просить), *бузить* (busy – беспокойный, суетливый).

3. Кальки и полукальки. Слова, иноязычного происхождения, употребляемые с сохранением их фонетического и графического облика либо с добавлением русских суффиксов (*меню, пароль, диск, вирус, клуб, саркофаг*).

4. Экзотизмы. Слова, которые характеризуют специфические национальные обычаи других народов и употребляются при описании нерусской действительности (*чипсы, хот-дог, чизбургер*).

5. Иноязычные вкрапления. Данные слова обычно имеют лексические эквиваленты, но стилистически от них отличаются и закрепляются в той или иной сфере общения как выразительное средство, придающее речи особую экспрессию (о'кей (OK); вау (Wow!)).

6. Композиты. Слова, состоящие из двух английских слов (*секонд-хенд, видео-салон*).

Заимствования являются одним из источников обогащения любого языка, в том числе и китайского. Как известно, в своем историческом развитии Китай общается только со своими близкими соседями и многие столетия был, вообще, изолирован от западного мира, что препятствовало влиянию других языков на китайский язык. Только после осуществления политики реформ и открытости в Китай стала постепенно проникать европейская культура, а вместе с ней и английские слова.

Назовем пути заимствования англицизмов в китайский язык:

1. Фонетический способ заимствования. Из всех видов заимствований наибольшее распространение имеет фонетический вид, хотя это очень трудно, связано с переложением произношения. Каждый слог в китайском языке, обозначенный иероглифом, является не только фонетической, но и смысловой единицей. Например, *coffee* – 咖啡, *Coca-Cola* – 可口可乐, *brandy* – 白兰地.

2. Гибридный способ фонетически-семантического характера: фонетическое заимствование + китайская морфема. Например, *ke* кроме элемента «карточка» записывает следующие заимствованные элементы: «кассета», «машина», «калория». (Единица теплоты «калория» (лат. *calorie*) передается тремя иероглифами *Kǎlùlǐ*, употребляется и сокращенный вариант *Kǎ – qiān kǎ* «килокалория», *dàkè* «большая калория», *Kè kǎ* «грамм-калория»)

3. Способ, при котором фонетическое заимствование соединяется с родовым словом. (*Jípǔchē* (англ. Jeep + *chē* «транспортное средство») «джип»; *Tàngē wǔ* (англ. tango + *wǔ* «танец») «танго»; *Fútèjiǎ jiǔ* (русская водка + *jiǔ* «вино») «водка»).

4. Семантический способ. Семантические заимствования в отличие от заимствований фонетических создаются из китайских лексических элементов и в силу этого по своей звуковой и графической форме ничем не отличаются от исконно китайской лексики. Они легко входят в систему языка и свободно функционируют в речи: *Mǎlì* лошадь + сила = лошадиная сила, *Guójìfǎ* международный + право = международное право; *Guāndiǎn* взирать + точка = точка зрения.

Таким образом, заимствование увеличивает количество слов разных языков, заполняют пробелы в выражении понятий. Употребление англицизмов помогает более точно выражать мысли, англицизмы делают научно-технологические термины интернациональными, что удобно для международного обмена. В современных условиях глобализации и развития информационных технологий необходимо принимать эти заимствования. Но несмотря на это нам нужно помнить, что нельзя потерять свою собственную культуру, нужно хранить уникальность своего языка.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.  
*Е. Г. Басалаева*

УДК 37.014.5 81'25

**Ли Пин**

*(стажер 3 курса Синьцзянского педагогического университета, направление «Филология», профиль «Отечественная филология (русский язык и литература)», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **МЕТАФОРИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЧЕЛОВЕКА В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (на примере слов *сорока, ворона, воробей*)**

В работе сравниваются случаи метафорического наименования человека птицей в русском и китайском языках (на примере *сороки, вороны и воробья*), выявляются особенности языковой картины мира русских и китайцев. Делается вывод, что в русском языке у названий

некоторых птиц имеются переносные значения, связанные с характеристикой человека: со- рока, ворона, сова, курица и др. В китайском же языке таких значений почти нет.

*Ключевые слова:* метафора, языковая картина мира, русский язык, китайский язык.

С давних времён люди обнаружили сходство между повадками животных и чертами характера человека. В традиционной культуре всех стран символы животных имеют сходство и различия. В статье речь пойдет о некоторых пти- цах, которыми метафорически обозначают человека в русском и китайском языке: *сорока, ворона, воробей*.

В русском языке с сорокой сравнивают людей, любящих молоть чепуху и распространять слухи. Например, пословицы *Сорока на хвосте принесла* и *Всякая сорока от своего языка погибает* показывают, что характеристика че- ловека, называемого сорокой, не очень хорошая, например, сороками в русском языке называют человека (обычно женщину), который громко, без умолку го- ворит: *Трещит как сорока*.

В китайском языке сорока – счастливая птица, она является символом счастья и счастливой судьбы и символизирует приход радостного события и постоянства: разные сороки кричат одинаково. Кроме того, крик сороки очень похож на произношение фразы: 喳喳喳 ,喜事到家 (радостное событие дойдёт до дома).

Так как сорока любит задира́ть хвост, гордые, самодовольные люди срав- ниваются с сорокой: 喜鹊的尾巴 — 爱翘 (Хвост сорока любит задира́ть). Чело- века нельзя назвать сорокой, но можно сравнить поведение сороки и человека.

В русском языке вороной называют птицу или нерасторопного, неловко- го, рассеянного человека, который постоянно отвлекается на что-либо посто- роннее, не относящееся к нему непосредственно, забывая о своих делах, обя- занностях и т.п., например: *Мальчуган<...>быстро вытащил из-под моих ног толстый грязный окурок. — Эх ты, ворона, — сказал он снисходительно. — Окурок-то какой проглядел!* (А.Гайдар. Школа). В русском языке даже есть слово *проворонить*.

В Китае если кто-то увидел ворону, считается, что он встретит несчастье: 乌鸦当头过—非灾即祸。 (Если ворона пролетит над головой, то жди бедствия или невзгоды). Так же, как нельзя человека назвать сорокой, вороной тоже нельзя назвать, но зато можно назвать 乌鸦嘴 *ртами ворон* людей, которые предвещают что-то плохое, в русском языке это соответствует глаголу *накар- кать*.

Воробьем в русском языке называют взъерошенного, насупленного человека, обычно молодого, или ребёнка, например: *Манька оказалась худенькой, на тоненьких ножках, совсем плоской, с веснушками по носику девицей лет двадцати трех, про каких говорят – воробушек* (Николай Климонтович. Далее – везде (2001)). Про воробья ещё есть выражение "Стреляный воробей" – о многоопытном человеке, которого очень трудно или невозможно обмануть: *Конечно, Исидор Маркович прав – он опытнейший врач; старый воробей, его приглашают на консультации в другие города* (Юрий Трифонов. Обмен (1969)).

В китайском же языке называют воробьем мелочную женщину, которая всё время говорит, например: *Она всегда считается только с личной незначительной выгодой, как воробей*, а также ограниченного человека, который замечает только то, что у него под носом.

Через сравнение метафор птиц русского и китайского языков мы можем заметить: несмотря на то что языковые картины мира русских и китайцев различаются, однако имеются и некоторые пересечения.

Научный руководитель – канд. филол. наук,  
*М. В. Шпильман*

УДК 37.014.5

**Кундэцэ Сутаньбайкэ**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ЗНАЧЕНИЕ КРАСНОГО ЦВЕТА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ**

Работа посвящена исследованию значений красного цвета в русской и китайской культуре. Приведены примеры сравнения значений красного цвета в разных культурах, сходства в восприятии красного цвета и различия.

*Ключевые слова:* красный цвет, перцепция, дискурс

Цвет – это ключ к познанию мира. Цвет имеет не только физические характеристики, но и глубокие культурные коннотации для выражения информации, буквальное и символическое значения. Словарное толкование слова *красный* содержит несколько значений. Люди разных национальностей по-разному воспринимают значение красного цвета, поскольку существуют различия между народными культурными традициями.

Красный цвет в русской картине мира является важным элементом цветовой символики. Красный цвет наделялся защитными свойствами и использовался как оберег. В давние времена красный цвет связывали с огнем, в данном значении он отражается в языке, а именно во фразеологизмах, например, *пусть красного петуха*. В XVI веке слово *красный* выражало качество, например, красивый, то есть “красная площадь” – это первоначально название красивой площади. Также красный цвет издавна присутствовал в нарядах невест. Но значение этого цвета было «траурно-свадебным». В известной народной песне есть слова: «Не шей ты мне, матушка, красный сарафан» – это песня дочери, которая не хочет уходить из родного дома к чужим людям – замуж. В данном контексте красный цвет имеет негативную коннотацию. Нить красного цвета (красная нить) в древние времена широко использовалась в качестве лечебного средства. Так, например, матери повязывали детям на правую руку нить красного цвета, чтобы ребенок был здоров. В сельско-хозяйственной деятельности красный цвет имеет большое значение и символизирует плодородие, обилие. Красный цвет занимал ведущее место и в государственной символике России. Флаги СССР были красного цвета.

В древнем Китае считалось, что красный цвет – это цвет огня. В отличие от многих других стран, где огонь с давних пор символизировал опасность и уничтожение, в Китае эта стихия, как правило, считалась хорошей. Недаром существует китайская народная поговорка: 红红火火 (*hóng hóng huǒ huǒ*, буквально «красный, красный, огонь, огонь»), которая означает, что жизнь кого-либо идет в гору, бьет ключом, сверкает как красные языки пламени. Такое же значение имеет слово 火了 (*huǒ le*, «загорелся»), оно обозначает, что кто-то приобрел значительную популярность, а прилагательное 火爆 (*huǒ bào*, «пожар и взрыв») говорит об оживленных местах, таких как рынки, битком набитые людьми, либо захватывающих книгах или фильмах.

Красный цвет приобретал свои характеристики в течение тысячелетий, и сегодня считается символом процветания и счастья. Важно отметить, что

красный – это также основной цвет для торжественных событий, особенно он важен в дни празднования Лунного Нового Года и свадебных церемоний.

С момента основания Китайской Народной Республики, в 1949 году, красный цвет символизирует собой коммунизм, революцию и освобождение, однако следует заметить, что выбор этот сделан под влиянием СССР, а сам Председатель Мао был против всяческих суеверий.

В разных странах существуют сходства и различия в восприятии говорящим красного цвета, это связано с традициями и культурными ценностями народа.

Научный руководитель – ст. преп.  
*О. С. Боксгорн*

УДК 37.014.5 81'25

**Тэн Шэнсюань**

*(студент 3 курса Синьцзянского университета,  
направление «Филология», профиль «Отечественная филология  
(русский язык и литература)», Институт филологии, массовой информации  
и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический  
университет», Новосибирск)*

## **МАСЛЕНИЦА И ПРАЗДНИК ВЕСНЫ**

В работе сопоставляются такие важные национальные праздники, как русская Масленица и китайский праздник Весны, выявляются их сходства и различия в плане традиций празднования, а также сравниваются пословицы и поговорки об этих праздниках. На основании существующих в русском и китайском языке пословиц и поговорок и Масленице и празднике Весны делается вывод о том, что эти праздники очень похожи.

*Ключевые слова:* масленица, праздник весны, пословица, китайский язык, русский язык.

Как известно, весна в нашей жизни играет огромную роль. В России и Китае есть специальные праздники, чтобы встретить весну. В России этот праздник называется Масленица, а в Китае – праздник Весны.

Масленица – национальной праздник, русский карнавал, который русские люди очень любят. Масленицу празднуют всегда в конце зимы. Часто в это

время бывает очень холодно, везде ещё снег, но если пришла Масленица, все знают, что скоро наконец придёт весна. И это событие можно отпраздновать по-русски.

Праздник весны – тоже национальной праздник, который очень нравится китайским людям. В Китае этот праздник очень важен, люди часто собираются, гуляют и вместе ужинают. Праздник Весны для китайцев означает новый год и начало весны. Утром в первый день люди обязательно зажигают фейерверк, который означает, что зима изгоняется и весна наступает. Во время праздника весны на юге Китая люди едят обычно галушки, а на севере Китая – пельмени. Поэтому галушки и пельмени являются символом богатого урожая.

Это важные праздники, поэтому и в русском, и в китайском языках есть много пословиц и поговорок об этих праздниках. В них отражаются разные стороны этого праздника. Рассмотрим русские пословицы и поговорки.

1. В пословицах часто называют главный признак Масленицы – это блины, масло и мёд, например: *Блины – солнцу родственники; Масленица идёт, блин да мёд несёт.*

2. Блинов и масла должно быть много: *Блины и поцелуи счета не любят; Блин не клин – брюхо не расколет.*

3. Праздник Масленицы длится 7 дней, например: *Масленица семь дней гуляет.*

4. Масленица – это не только еда, но и алкоголь: *Неделю пируешь, семь – опохмеляешься.*

Кроме того, на Масленицу надо веселиться: *На Масленой повеселились, да блинком угостились; Пришла Масленица – кататься.*

5. Масленица является символом богатства и хорошей, беззаботной жизни, поэтому человеку можно сказать так: *Не житьё, а Масленица; Широко живёшь, маслено ешь.*

В Китайском языке тоже есть пословицы про праздник Весны. Они во многом похожи на русские пословицы, например:

1. Во время праздника Весны китайские люди хотят получить новое начало: *年来到, 年来到, 闺女要花要炮, 老婆要个花棉袄, 老头要个新毡帽。 Праздник Весны идёт, девочка хочет цветы, жена хочет красивую одежду, старик хочет новую шляпу.*

2. О пельменях и галушках: 好吃不过饺子。Ничего вкуснее, чем пельмени, я не ел. 家家捣米做汤圆, 天寒地冻不觉寒。У каждой семьи есть галушки, хотя погода очень холодная, они вкусные.

3. Праздник Весны очень важен для семьи: 有钱没钱, 回家过年。Не важно, много люди зарабатывают или мало, в праздник Весны обязательно за столом встречается вся семья.

Масленица и праздник весны, схожи в том, что их смысл – провожать зиму и встречать весну. А их разница воплощает очарование разных культур.

Научный руководитель – канд. филол. наук,  
М. В. Шпильман

УДК 37.014.5 372.016:514

**Мао Баохуа**

(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)

## **ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ДРАКОНЕ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

В работе представлен сопоставительный анализ фрагментов двух картин мира – русской и китайской с целью выявления общности и разницы в восприятии дракона. Этот важнейший образ китайской культуры имеет интересное воплощение и в русской культуре.

*Ключевые слова:* картина мира, словарь, дракон.

Всем известно, что с давних времён символом счастья и силы в Китае люди считают дракона. Но в России он считается отрицательной эмблемой.

В словарях мы найдём следующие значения слова *дракон*: 1. Сказочное чудовище в виде крылатого огнедышащего змея. 2. Род южных летающих ящериц с кожными складками вдоль тела (ТСО).

Дракон – это главное священное животное для китайцев, приносящее счастье. Облик дракона собирателен: голова напоминает бычью, рога – олени, когти – орлиные, тело – змеиное, хвост – львиный; всё туловище дракона по-

крыто чешуей, его цвета – красный и золотой. В представлении людей он умеет ходить по суше, плавать в воде и летать в облаках, он весь исполнен священной силы. В течение тысячелетий дракон символизировал императорскую власть, а для простых людей он воплощал мораль и силу. Таким образом то, что связывается с императором, носит имя дракона: *драконье лицо, драконий трон, драконий халат, драконий дворец*.

В современном китайском обществе образ дракона, символизирует благополучие, удачу и богатство, нравится всем китайцам. Керамика, шёлковые изделия, на которых часто изображается дракон, очень популярны. Существуют традиции танца драконов, гонок на драконьих лодках и многие другие. Детям часто дают имена, в которые входит иероглиф дракон. В каком бы уголке мира китайцы ни проживают, они называют себя потомками драконов.

В китайском языке очень много фразеологизмов, значение которых связано с драконом: *спрятавшийся дракон и спящий тигр* (в знач.: невыявленный гений); *приятный зять ездит на драконе* (имеет в виду очень хороший зять); *взлёт дракона и пляска феникса* (об исключительной каллиграфии) и т. д. То есть дракон в китайской культуре всегда связан с хорошими, добрыми, делами, силой, красотой. Иначе говоря, дракон – это положительный образ.

Каким же видят дракона в России? По традиции Россия относится к европейской стране, и большинство россиян верит в православие, которое относится к христианству. Дракон в христианстве является символом дьявола, а значит – зла. Для русской культуры важными оказываются образы фольклорного Змея Горыныча, библейского змея-искусителя, а также змея, побежденного Георгием Победоносцем. Русский ассоциативный словарь подтверждает это. Проанализируем некоторые ассоциации: *огонь 9; огнедышащий 7; сказка, страшный 6; зелёный 5; змей, огненный, трёхглавый 4; большой, Китай, я 3; год, животное, зверь, Змей Горыныч, змея, из сказки 2; дьявол, кровавый, мифология, мифы, мудрость, опасный, пламя, пылающий, пышет жаром, сказочный герой, ужасный, чёрный*. Из этих данных мы можем узнать о том, что в русской культуре дракон часто связан с плохим, он огнедышащий, зелёный или чёрный, а значит, опасный, ужасный. То есть собирательный образ дракона для русского человека – это черное огнедышащее опасное животное, воплощение дьявола, зла. Часто дракон сближается со змеем, сказочный Змей Горыныч – это вариант дракона. Кроме того для русских важно происхождение дракона – Китай, Япония.

Таким образом в русском и китайском языках представления о драконе имеют много разного. Самое главное отличие – это оценка данного образа в разных культурах: в Китае дракон – это символ добра, положительный герой, а в России – представитель злых сил как в фольклорном, так и в религиозном представлении. Но тем не менее символ дракона является общим культурным сокровищем народов двух стран.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*О. А. Ружа*

УДК 37.014.5 372.016:514

**Цзинь Хуэй**

*(студентка 3 курса Сынцзянского педагогического университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **СНЕГУРОЧКА В НАРОДНОЙ, ЭЛИТАРНОЙ И МАССОВОЙ КУЛЬТУРАХ**

В работе рассматривается образ Снегурочки в разных культурных срезах – народном, элитарном и массовом.

*Ключевые слова:* образы, массовая культура, русский как иностранный

Несмотря на то, что большинство европейских стран имеет схожие образы, символы и даже традиции празднования Нового года, далеко не в каждой культуре можно встретить образ спутницы старика-мороза (Деда-Мороза или Санта-Клауса) – Снегурочку. В русском фольклоре можно найти множество устойчивых сюжетов о девочке, вылепленной из снега. В народной русской сказке находим: «Жили-были крестьянин Иван и его жена Марья, жили они очень дружно, но детей у них не было. Наступила зима, и они принялись лепить куклу, потом эта кукла стала Снегурочкой». Дочка из снега всю зиму помогала родителям, но первые лучи весеннего солнца погубили ее.

Как известно, в 1867 году русский ученый и фольклорист А. Н. Афанасьев исследовал сюжеты сказки о Снегурочке. Результаты этой работы представ-

лены в его монографии «Поэтические воззрения славян на природу». Именно под влиянием идей Афанасьева великий русский драматург А. Н. Островский написал пьесу «Снегурочка», совместив трагизм повседневной русской жизни с шекспировским конфликтом существования царства берендеев. Особую известность этот сюжет получил благодаря оперной интерпретации и музыке П. И. Чайковского. В 1878 году «Снегурочка» была представлена на балетной сцене, а в 1882 году Н. А. Римский-Корсаков поставил по пьесе одноимённую оперу.

Превращение индивидуально-авторского образа в символ национального праздника происходило постепенно. Согласно исторической хронике, в начале 1937 года Дед Мороз и Снегурочка первый раз появились вместе на празднике ёлки в Московском Доме Союзов. Учитывая социальные установки советского общества, Снегурочка воспринималась не только как внучка Деда Мороза, но и его помощник, посредник и даже «товарищ». Тем не менее, в общении со Снегурочкой отразилось ритуальное мышление (например, люди каждый раз скандируют «Снегурочка! Снегурочка! Снегурочка!»).

Можно констатировать, что в современной ситуации эта корреляция ослабла и не является очевидной: из опрошенных русскоязычных студентов только половина смогла опознать в одном из символов современного нового года образ из русской сказки и авторского произведения.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*А. Е. Козлов*

## Цин Тянь

(стажер 3 курса Синьцзянского педагогического университета, направление «Филология», профиль «Отечественная филология (русский язык и литература)», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)

### МЕТАФОРЫ ВКУСОВЫХ ОЩУЩЕНИЙ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В работе сопоставляются фрагменты русской и китайской языковых картин мира на примере метафорического использования слов, обозначающих вкусовые ощущения. Так, на примере слов *кислый*, *сладкий* и *горький* показано, что их переносные значения в ряде случаев идентичны в русском и китайском языках (*сладкий*), однако в других случаях имеется языковая специфика (*горький*, *кислый*, *острый*).

*Ключевые слова:* метафора, вкусовые ощущения, языковая картина мира, переносное значение.

В русском языке часто используются метафорические названия разных вкусов. В китайском языке тоже есть такие метафоры. Рассмотрим их на примере слов *кислый*, *сладкий*, *горький* и *острый*.

*Кислый* – это имеющий своеобразный острый вкус, содержащий в себе кислоту, дающий кислоту (Ожегов, Шведова, 2002): *кислый лимон* (酸柠檬), *кислый уксус* (酸醋). Когда речь идёт о метафоре кислого вкуса, то этот вкус имеет значение отрицательной оценки, выражающей недовольство кем-либо, чем-либо, например: *В сериале же другой бюджет, другие актёры и экшен очень кислый*.

В русском языке используют *кислый*, когда говорят о чьём-либо внешнем виде, унылом выражении лица, выражающем неудовольствие: *Лицо её мужа и кислая его улыбка целый день не выходят из моей головы; Почему сегодня у тебя такой кислый вид?* Но в китайском языке так нельзя сказать. Мы говорим по-другому: *Почему сегодня у тебя такое горькое лицо?* (你今天怎么苦着一张脸?) В китайском языке мы используем *кислый*, чтобы высмеивать очень педантичного человека. Мы говорим: *你思想迂腐* (*У тебя кислая мысль*); 这个

书生穿得真穷酸 (Этот образованный человек *одевается бедно и кисло*). Конечно, эти два выражения кажутся невежливыми. В современном языке они почти не использовались. Кроме того, когда ноги болят, говорят: 我的腿很酸疼, 像走了好长的路一样 (У меня *ноги кислые* и больные, как будто я прошёл длинный путь).

*Сладкий* – значит имеющий приятный вкус: *сладкий чай* (甜茶), *сладкая груша* (甜梨子). Метафоры сладкого вкуса в русском и китайском языках практически идентичны: *Пред нами чаша жизни сладкой; Сладкий сон и в бурю храбрых успокоит*. В китайском языке мы сравниваем *сладкий* со счастьем и радостью. Если человек говорит другому хорошие слова или восхищается другим, то использует выражение: 这人嘴真甜 (У этого человека *сладкий рот*), или: 这人说话真甜, 跟嘴上抹了蜜一样 (Этот человек *сладко говорит*, как будто он ел мёд или мазал рот мёдом сегодня). Кроме того, *сладкий* можно использовать и в следующем контексте: 你有这么好的甜差,我也想要这样的活儿 (У тебя очень *сладкая работа*, я тоже хочу такую работу), что означает легкую, необременительную работу.

*Горький* – имеющий едкий (обычно неприятный) вкус: *горькое лекарство* (苦药). В переносном значении в русском и китайском языках он означает «преисполненный горя, обид, разочарований, печальный, горестный», например: *В эти тяжёлые дни, в эти горькие минуты я понял, как могут люди любить друг друга, как могут они пронести свою любовь через всю жизнь*.

Но в китайском языке есть значение слова *горький*, которого нет в русском языке: 这人一张跟苦瓜一样的脸 (У человека *горькое лицо*, как китайская горькая тыква.) У этого предложения смысл похож на *кислое лицо*, что обозначает: у человека плохое настроение.

Следующее слово – *острый*, то есть имеющий жгучий вкус, раздражающий слизистую оболочку рта: *острый перец* (辣椒). Переносное значение этого слова – язвительный, остроумный: *Остёр на язык*. Кроме того, *острый* может иметь значение «точный, пронизательный» или «актуальный, важный».

В китайском языке, кроме аналогичных русским значений этого слова, есть еще и другое, которого в русском языке нет. Так, если у девушки

стройная фигура, то мы говорим: 这女孩身材真火辣 (*У этой девушки очень острая фигура*).

Обобщая все приведенные выше наблюдения про разные вкусовые ощущения в приложении к жизни русских и китайцев, можно заметить, что большинство из них очень похоже. Но среди них есть свои особенные, не имеющие аналогов в другом языке.

Научный руководитель – канд. филол. наук,  
*М. В. Шпильман*

УДК 37.014.5

**Ли Цзэлинь**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ИСТОРИЯ РУССКОГО РЭПА**

В работе описаны основные этапы развития музыкального жанра – русский рэп. Исследование текста песен данного жанра позволяет выявить такие лексические единицы, которые в тексте приобретают дополнительные смыслы не всегда отраженные в словарной дефиниции и в сознании.

*Ключевые слова:* русский рэп, музыкальный жанр, история культуры

Русский рэп (или русский хип-хоп) – это своеобразный музыкальный жанр, зародившийся еще в Советском Союзе и продолживший свое развитие в России в начале 90-х. История развития русского рэпа относительно невелика и насчитывает около 30 лет.

Сегодня многие люди не относятся к русскому рэпу как к перспективному и дальновидному направлению в индустрии музыки.

Первые речитативы появились в СССР в городе под названием Куйбышев, который через некоторое время был переименован в Самару. Вторая половина 80-х годов была ознаменована новым молодежным увлечением – брейком.

Из-за этого русский хип-хоп не получил высокую популярность. Начало 90-х годов было ознаменовано появлением первых русскоговорящих рэп-групп. Вершину популярности того времени взял эпатажный Богдан Титомир со своей группой «Мальчишник».

В 1991-м году был открыт первый хип-хоп фестиваль под названием «РЭППИК». С тех пор участники различных хип-хоп групп ежегодно организуют свои собственные фестивали. Исследование текста песен данного жанра позволяет выявить лексические единицы, которые в тексте приобретают дополнительные смыслы не всегда отраженные в словарной дефиниции и в сознании.

Научный руководитель – ст. преп.

*О. С. Боксгорн*

УДК 37.014.5

**Аниуэр Айиша**

*(студент 3 курса Сынъязянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **РУССКИЕ ПРАЗДНИКИ**

В работе сопоставляются такие важные национальные праздники, как русская Масленица и китайский праздник Весны, выявляются их сходства и различия в плане традиций празднования, а также сравниваются пословицы и поговорки об этих праздниках. На основании существующих в русском и китайском языке пословиц и поговорок и Масленице и празднике Весны делается вывод о том, что эти праздники очень похожи.

*Ключевые слова:* масленица, праздник весны, пословица, китайский язык, русский язык.

В каждой стране есть свои праздники. Праздники – неотъемлемая часть жизни народа и страны. Они формируются и изменяются под воздействием политических социально-экономических и культурных обстоятельств. Веками русский народ хранил свои традиции, передавая их из поколения в поколение.

Самый популярный и любимый зимний праздник в России – Новый Год. Российский новый год считается семейным праздником, значит, его приятно

отмечать в кругу близких и родных людей. Ёлка – символ и неперенный атрибут нового года. Люди украшают елку игрушками и лампочками. Под ёлку кладут подарки. Маленькие дети верят, что подарки приносит добрый Дед Мороз. Главными персонажами российского нового года являются Дед Мороз и его внучка Снегурочка. Другой праздник, имеющий языческую историю – Масленица. На Масляной неделе провожали зиму и встречали весну. Название праздника происходит от слова *масло*, потому что главным праздничным блюдом были блины, которые ели с маслом. В последний день Масленицы было принято просить друг у друга прощения, поэтому этот день назывался Прощеное воскресенье.

Главный весенний христианский праздник – Пасха. По-другому его называют Светлое воскресенье. Пасха – это светлый и радостный праздник, воскресенье Христа символизирует победу жизни над смертью. На Пасху заканчивается Великий пост, и хозяйки готовят специальные праздничные блюда. Самое известное – куличи, которые пекут из особого теста. Накануне Пасхи куличи и крашеные яйца приносят в церковь и освящают их.

8 марта – Международный женский день. Это первый весенний праздник, праздник женщины. Мужчины поздравляют женщин на работе и дома, дарят им цветы и подарки.

9 мая вся страна празднует День Победы в Великой Отечественной войне. В этот день люди приносят цветы к памятникам и могилам воинов, погибших в годы Великой Отечественной войны. Завершает праздник вечерний салют.

Русские праздники как часть культуры народа отображают его жизненные идеалы.

Научный руководитель – ст. преп.  
*О. С. Боксгорн*

**Чжан Мэнцзе**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **РУССКАЯ КУХНЯ**

В работе описаны традиционные русские блюда, символом чего они являются, и какое значение они имеют для русского народа. Проведена связь между русскими праздниками и русскими блюдами, также представлены пословицы, отражающие особенности русской картины мира.

*Ключевые слова:* русская кухня, еда, универсалии культуры

Самая важная русская еда – хлеб. Про хлеб есть много пословиц: "хлеб – всему голова", "плох обед, если хлеба нет". Хлеб является главным продуктом питания. На Руси он был не только едой, ещё и символом достатка, благополучия. Хлебом и солью встречали дорогих гостей. Ещё одно из традиционных блюд России – блины, блины с начинкой. Блины для русского человека – это не просто любимое блюдо, это ценная память о вековых русских традициях. Они появились ещё во времена язычества. Они были символом солнца. Солнце прогоняет холодную зиму, поэтому блины стали главным праздничным блюдом Масленицы. Каша в России считается самой простой и сытной Русской едой. К русским супам относятся солянка и щи. Солянка – это густой мясной или грибной суп с острыми приправами. Щи варят из свежей или кислой капусты. Хорошая хозяйка обязательно должна была уметь варить вкусные щи и печь хороший хлеб. "Не та хозяйка, что красиво говорит, а та – что хорошо щи варит!" – учит русская пословица. Также нужно отметить, что традиционным русским напитком является квас. Это кисловатый напиток, приготовленный на основе дрожжей. Считается, что квас имеет особые свойства, полезные для здоровья.

Каждое русское блюдо имеет свои секреты приготовления. Традиционные блюда, как правило, готовят к определенному празднику. Через языковой материал (пословицы) можно изучать картину мира русских людей.

Научный руководитель – ст. преп.

*О. С. Боксгорн*

**Чжун Мин**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## РУССКИЙ ДОМ

Русский современный дом хорошо сохранил облик старого дома. Сейчас многие люди тоже строят дома из дерева. Русские дома передают талант мастера, охраняют жителей от бед и невзгод.

*Ключевые слова: дом, концепт, лингвокультурология, русский язык как иностранный.*

Слово *дом* имеет много значений. В словаре слово *дом* означает: здание, семья, хозяйство одной семьи, учреждение, династия, предприятие. Дом очень важен для людей. В Китае, если мужчина хочет жениться на женщине и у него есть дом – женщина согласна. Но если у него нет дома, женщина может не согласиться.

Обычно русская изба состоит из большой комнаты и сеней – две главные части русской избы. Печь, как правило, стоит в комнате, рядом с комнатой строили сени. Сени соединяли жилую и хозяйственную части дома. Строили баню недалеко от дома, ближе к реке. Раньше люди в бане не только мылись и отдыхали, но и лечились от многих болезней. Горячий пар и берёзовый веник заменяли людям врачей и лекарства. Поэтому в старину говорили "Баня парит, баня правит".

Печь в доме давала тепло и использовалась для приготовления пищи. В печи пекли хлеб и пироги, варили щи и кашу, готовили мясо и овощи. Кроме того, в печи даже можно было мыться. Обычно старики и дети спали на печи. Потому что печь - это самое тёплое место в доме. Печь ставили в углу справа или слева. Печь часто упоминается в русских народных сказках, её называют ласково "Печка-матушка". Напротив печи находится красный угол – главное место в избе. В красном, то есть красивом, углу стояли иконы. Каждый человек, входивший в дом, крестился перед иконами. Красный угол считался самым почётным местом, там сидел хозяин дома или дорогие гости. Раньше мебель в избе была простая: стол, лавки, полки для посуды, сундуки. Русские люди очень

трудолюбивые. Обычно хозяин дома сам делал посуду – ложки, миски, ковши. Русские очень любят пить чай. У них в доме есть самовар.

Русский современный дом хорошо сохранил облик старого дома. Сейчас многие люди тоже строят дома из дерева. Русские дома великие и красивые, они передают талант мастера, охраняют жителей от бед и невзгод.

Научный руководитель – ст. преп.

*О. С. Боксгорн*

УДК 37.014.5

**Ли Цзэлинь**

*(студент 3 курса Синьцзянского государственного университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **НАРОДНЫЕ ПРОМЫСЛЫ РОССИИ И КИТАЯ**

В работе описаны популярные промыслы России и Китая, рассмотрены культурные ценности этих стран.

*Ключевые слова:* народный промысел, ценности, традиции

Народные промыслы – это особый вид творчества, в котором фантазия мастера подчиняется традициям, сложившимся за много веков. Промыслом называют производство изделия. Промыслы включают две ценности: практическую и художественную, и всегда связаны с бытом народа.

Основные виды русских промыслов: хохлома, гжельская керамика, роспись, деревянная и дымковская игрушка, лаковая миниатюра.

Хохлома, старинный русский народный промысел, зародился в XVII веке под Нижним Новгородом. Представляет собой декоративную роспись деревянной посуды и мебели, выполненную красными, зелёными и золотистыми тонами по чёрному фону. В Китае самые традиционные промыслы – производство фарфора и вышивка по шёлку. С III тысячелетия до нашей эры древние китайцы умели создавать замечательные изделия из глины.

Символом России является Матрешка – деревянная игрушка в виде набора из нескольких полых внутри расписных кукол. Появилась Матрешка около 100 лет тому назад в г. Сергиев Посад. Традиционная роспись Матрешек – наряды крестьянских девушек древней Руси. В Китае вышивка появилась две тысячи лет назад. С древних времен китайцы занимались вышивкой текстильных изделий.

Вследствие того, что русский и китайский промысел влияют друг на друга, появляется разные неповторимые творческие промыслы. Промысел имеет многовековую историю, замечательные национальные традиции и народный характер.

В произведениях мастеров художественных промыслов живет душа народа.

Научный руководитель – ст. преп.

*О. С. Боксгорн*

УДК 37.014.5 372.016:514

**Гао Сюея**

*(студентка 3 курса Синьцзянского педагогического университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ТЕЛЕСЕРИАЛ В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ**

Сериал – это многосерийный фильм, обычно связанный с массовой культурой. Есть много типов сериалов: комедия, хоррор, драма (особенно мелодрама), военный сериал; у каждого типа есть свои особенности. С помощью сериала мы не только получаем возможность отдохнуть, но и лучше понимаем социальную культуру, народную жизнь этой страны.

*Ключевые слова:* телесериал, массовая культура, русский как иностранный

В современной жизни смотреть сериал стало одним из самых главных времяпрепровождений. Сериал – это многосерийный фильм, обычно связанный с массовой культурой. Есть много типов сериалов: комедия, хоррор, драма (особенно мелодрама), военный сериал и так далее, у каждого типа есть свои особенности. С помощью сериала мы не только получаем возможность отдохнуть, но и ярко понимаем социальную культуру, народную жизнь страны.

В Китае наибольшей популярностью пользуются американские, южнокорейские и собственно китайские сериалы.

Американский сериал отличается хорошей операторской работой, качеством изображения, режиссерской и актерской работой. Поэтому американский сериал более привлекает молодых людей.

Сериалы Южной Кореи нравятся больше подросткам, особенно девочкам – это видеоакадемия, «их университеты». Здесь часто эксплуатируются сказочные сюжеты, прослеживается путь современной Белоснежки или Барби, ждущих принца на белом коне.

Китайский сериал больше ориентирован на женщин. Часто это мелодрамы, построенные на ретроспективе, воспоминаниях о былом.

Русский сериал не пользуется таким спросом в Китае, хотя он дает исчерпывающее представление о повседневной массовой культуре. К тому же он помогает иностранцам, которые изучают русский язык и русскую культуру. Современные российские сериалы формируют несколько устойчивых стереотипов о русских: *русские пьют, садятся за руль в состоянии алкогольного опьянения и дают взятки.*

Возможно, в сюжетах популярных сериалов, это сделано в сатирических целях: чтобы высмеивать социальное современное состояние. В русских сериалах также прослеживается идея справедливости: «Может быть, ты считаешь, что русские очень строги? За броней brutality или серьезности русские люди прячут свою доброту, оптимизм и веру в лучшее».

Именно такой вывод можно сделать при знакомстве с сериалом «Как я стал русским». Сериал рассказывает об Алексее Уилсоне, журналисте газеты American Post. Он вынужден на время уехать из страны. Его отправляют в долгосрочную командировку в Россию, приехав в Москву, помимо редакционных заданий, Алекс заводит также личный блог. В этих статьях он рассказывает своим соотечественникам о жизни русских, а русским показывает со стороны их достоинства и недостатки.

Сериал действительно обогащает нашу жизнь, но мы не должны быть поработаны этими сюжетами. Знакомство с популярными в России сериалами должно существенно помочь иностранцам, изучающим русский язык в международной среде.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
А. Е. Козлов

**Цзибекэ Цзиалинь**

*(студентка 3 курса Синьцзянского педагогического университета,  
стажёр Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ПРИНЦИПЫ СЮЖЕТОСЛОЖЕНИЯ В КИНОТРИЛОГИИ Э. РЯЗАНОВА**

В работе рассматриваются некоторые принципы сюжетосложения, реализуемые в кинотрилогии Эльдара Рязанова: «Служебный роман», «Вокзал для двоих», «Ирония судьбы, или с лёгким паром». Фильмы этой трилогии стали настоящей русской классикой, эталоном советской комедии.

*Ключевые слова:* кинотрилогия, Э. Рязанов, русский как иностранный

Эльдар Рязанов – гений советского кинематографа; в его фильмах всегда присутствует добрый и простой юмор, который поймёт даже ребёнок, разворачиваются и разрешаются общечеловеческие ситуации и проблемы. Остановимся на трилогии Эльдара Рязанова: «Служебный роман», «Вокзал для двоих», «Ирония судьбы, или с лёгким паром». Фильмы этой трилогии стали настоящей русской классикой, эталоном советской комедии.

Анализируя сценарии фильмов Э. Рязанова и сами фильмы, можно утверждать, что ключевой универсалией в них становится *любовь*. Эта универсалия, скорректированная реалиями советского времени, предполагает движение по пути 1) денег и материального благополучия; 2) искренности и духовного равновесия.

Так, в фильме «Служебный роман» разрушается стереотип о женщине-домохозяйке, поскольку в основе сюжета – независимая женщина и слабый, но пассионарный мужчина. Сочувствие вызывает и директор Людмила, которую сослуживцы называют не иначе как «*наша мымра*», и скромный служащий Анатолий. Скандалы, соединяющие эпизоды романа, позволяют раскрыться внутреннему миру героев. На первый взгляд, связь Новосельцева и начальника осложнена прагматической составляющей, предполагая восхождение по карьерной лестнице. Но, с другой стороны, Людмила чувствует себя женщиной:

преображаясь внешне, она изменяется внутренне. Особое содержание получает словосочетание «Служебный роман».

Новогодняя комедия «Ирония судьбы или с лёгким паром» стала не только эталоном русской комедии – этот фильм знает каждый русский человек. В России каждый год 31 декабря люди смотрят этот фильм по телевизору; говорят, если бы на телевидении не транслировали этот фильм, люди бы думали, что что-то случилось, произошло. Эта традиция очень интересна. Эльдар Рязанов показывает, как связаны нелепость и выбор, случайность и судьба, комедия положений и трагедия героев.

Отметим некоторые характерные особенности любовного сюжета в этом фильме.

1. Возраст героев. Главные герои не являются молодыми людьми. С точки зрения современного кинозрителя, это люди средних лет, которые выдержали испытания в жизни, и несмотря на реалистичность их жизни, они, тем не менее, стремятся к ее романтическому осуществлению. Женя Лукашин – врач, а Надя – учитель, это обычные люди, с обычным опытом, которые за одну новогоднюю ночь раскрываются как яркие индивидуальности с яркими характерами и интересной судьбой.

2. Музыка и поэзия. Один из способов показать родство героев – музыка. В фильме прозвучали строки из стихотворений поэтов и писателей серебряного века, поэтов-шестидесятников.

Друг ты мой единственный,  
Где моя любимая?  
Ты скажи, где скрылася?  
Знаешь, где она?  
Друг ответил преданный,  
Друг ответил искренний:  
– была тебе любимая,  
Была тебе любимая,  
А стала мне жена.  
Я спросил у ясеня,  
Я спросил у тополя,  
Я спросил у осени...

Гений советского кинематографа Э. Рязанов показывает нам любовь как вечное чувство, которое сильнее денег, славы, здравого смысла. Поэтому эти сюжеты так дороги русским людям и бесконечно прельщают иностранного зрителя, желающего постичь тайны русской культуры.

Научный руководитель – канд. филол. наук  
*А. Е. Козлов*

**Фэн Цзин**

*(студенты 3 курса Сынцзянского педагогического университета,  
стажёры Института филологии, массовой информации и психологии,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»,  
Новосибирск)*

## **ЭРОС И ТАНАТОС В РОМАНЕ Л. Н. ТОЛСТОГО «АННА КАРЕНИНА»**

Произведение Льва Николаевича Толстого «Анна Каренина» до сих пор вызывает много противоречивых чувств и ставит перед читателями спорные вопросы. Цель данного анализа – проанализировать характер и судьбу главной героини романа через мотивы жизни-любви и мотивы смерти-движения к смерти.

*Ключевые слова:* Толстой, мотивы, поэтика, анализ текста

Произведение Льва Николаевича Толстого «Анна Каренина» до сих пор вызывает много противоречивых чувств и ставит перед читателями спорные вопросы. Как следует из завязки, семья Карениных была эталоном в обществе и вызывала восхищение. Но, будучи заботливой женой и любящей матерью, Анна была глубоко несчастна. В беседе с мужем она говорила: «Я хочу любви, я хочу жизни». Ей необходимо было сделать нелёгкий выбор между семьёй и любимым мужчиной. Честная и смелая, она выбирает любовь Вронского.

Выбрав «незаконную» любовь к мужчине, она тем самым противопоставила себя правилам светского общества. Являясь светской дамой, Анна бросила вызов обществу, которое не могло одобрить поведение Анны, свободу её выбора. Она потеряла свой статус в высшем свете и, наконец, оказалась в безысходном положении, что хорошо осознавала. Она не могла вернуться к прежней жизни (все мосты были сожжены), но и впереди жизни не было.

Не найдя поддержки в глазах своего любовника, она оказалась совершенно одна. Боясь потерять его, Анна стала очень ревнива. Некогда большая любовь вместо счастья теперь приносила ей только муки. Не выдержав всех ударов судьбы, Анна решается на безрассудный шаг - самоубийство.

Так, женщина, сделав свободный выбор, обрекла себя на страдания. Её не приняло общество, она осуждала себя и разочаровалась в любимом мужчине.

Всё это в совокупности привело к трагедии, которая уже более 100 лет не оставляет читателей романа равнодушными.

Весь жизненный путь Анны Карениной – это движение к смерти. Обратим внимание, как Толстой – один из первых в мировой литературе – описывает эпизод первой близости Анны Карениной и Алексея Вронского. *«То, что почти целый год для Вронского составляло исключительно одно желанье его жизни, заменившее ему все прежние желания; то, что для Анны было невозможною, ужасною и тем более обворожительною мечтою счастья, – это желание было удовлетворено».* Итак, близость героев, с позиции Карениной, становится невозможною, ужасною и тем более обворожительною мечтою счастья. Далее точка зрения перемещается к Вронскому: *«Бледный, с дрожащею нижнею челюстью, он стоял над нею и умолял успокоиться, сам не зная, в чем и чем.»* Именно так будет выглядеть Вронский после скачек, стоя над лошадыю, переломившей себе спину.

К мотиву измены присоединяется мотив раскаяния: *«Но чем громче он говорил, тем ниже она опускала свою когда-то гордую, веселую, теперь же постыдную голову».* Мотив раскаяния связан с мотивом унижения: *«Она чувствовала себя столь преступною и виноватою, что ей оставалось только унижаться и просить прощения: а в жизни теперь, кроме его, у ней никого не было, так что она и к нему обращала свою мольбу о прощении. Она, глядя на него, физически чувствовала свое унижение и ничего больше не могла говорить».* Вронский прямо назван в тексте убийцей, а сексуальная близость сравнивается с телом, лишенным жизни: *«Он же чувствовал то, что должен чувствовать убийца, когда видит тело, лишенное им жизни. Это тело, лишенное им жизни, была их любовь, первый период их любви».*

Усиливая этот мотив, доводя его до логического завершения, Толстой показывает любовь как убийство, заставляя вспомнить смерть Анны под колесами поезда: *«И с озлоблением, как будто со страстью, бросается убийца на это тело, и тащит, и режет его; так и он покрывал поцелуями ее лицо и плечи. Она держала его руку и не шевелилась. Да, эти поцелуи – то, что куплено этим стыдом. Да, и эта одна рука, которая будет всегда моею, – рука моего сообщника. Она подняла эту руку и поцеловала ее. Он опустил на колена и хотел видеть ее лицо; но она прятала его и ничего не говорила. Наконец, как бы сделав усилие над собой, она поднялась и оттолкнула его. Лицо ее было все так же красиво, но тем более было оно жалко».* Убийца, сообщник и жертва этого убийцы, сообщница – такими видит повествователь героев романа.

Толстой показывает, что опыт сексуальной близости не вербализуется, не находит словесного эквивалента.

Вспомним финал жизни Карениной, показанный глазами Вронского: «... на столе казармы бесстыдно растянутое посреди чужих окровавленное тело, еще полное недавней жизни; закинутая назад уцелевшая голова с своими тяжелыми косами и вьющимися волосами на висках, и на прелестном лице, с полуоткрытым румяным ртом, застывшее странное, жалкое в губах и ужасное в остановившихся незакрытых глазах, выражение...». Жалкое выражение лица, упрек жертвы, и содрогание Вронского-убийцы, безусловно, являются новаторскими приемами для русского романа XIX века, для всей истории романа этого периода.

Китайский писатель Лу Синь писал: "悲就是把美好的西人看". Что значит: «Суть трагедии заключается в том, чтобы разорвать красивое и показать это людям».

Научный руководитель – канд. филол. наук  
А. Е. Козлов

# ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ: ЛИНГВИСТИКА И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

---

УДК 821.111

**М. А. Козлова**

*(студент 4 курса, направление «Филология», профиль «Отечественная филология (русский язык и литература)», Институт филологии, массовой информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ИСТОРИЯХ ДОКТОРА СЬЮЗА

Работа посвящена анализу творчества известного американского автора, как Доктор Сьюз. Делается вывод о том, что творчеству этого писателя присуща несомненная социальная направленность.

*Ключевые слова:* Доктор Сьюз, социальная проблематика, массовая культура, подражательное поведение, экологические проблемы.

**M. A. Kozlova**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## SOCIAL MESSAGES IN DR. SEUSS'S STORIES

Dr. Seuss is a famous American writer. It is not an overstatement to say that his stories.

The paper analyses the works of the famous American author, Dr. Seuss. It is concluded that the works of this writer convey explicit social messages.

*Keywords:* Dr. Seuss, children's books, social problematics, mass culture, imitative behavior, environmental problems.

Dr. Seuss (Theodor Seuss Geisel) is a famous American writer. He is well known for his books for children. It is not an overstatement to say that his stories convey explicit social messages.

*The Sneetches* (1953) raises very important problems, which at first glance seem childish, but they are not. The problem of fashion victims who desire to be the

owners of fashionable novelties, the issue of mass culture and imitative behavior, the uniqueness of every person and their desire to be different from others, the issue of tolerance, and even condemnation of racist ideas – these are the topics the author touches upon in this book.

*The Lorax* was written in the 1970s. It was the time when the environmental movement arose. The story is commonly seen as a story conveying a moral about how dangerous it is when corporate greed poses a threat to nature. In this fable industry is personified as the Once-ler and the environment as the Lorax. Dr. Seuss created a story discussing economic and environmental problems which is vivid and interesting to children. An important message of the story formulated by the author himself is as follows: if someone does not take care, nothing will change.

*Oh, the Places You'll Go!* is the last poem written by Dr. Seuss. It is one of his most profound books. Its main idea is that it is very important to find your own place in the world. This is advice given by a wise man to the youth, according to which everyone is able to be what they want to be. There are many “streets” in store for us. They represent important decisions we have to make in our lives. We are supposed to decide whether we go and what way to go. Undoubtedly, there will be obstacles along the way and we have to surmount them. If you fell, you need to stand up and keep going, even if you are tired and would prefer to stop. “Step with care and great tact, and remember that Life’s a Great Balancing Act. Just never forget to be dexterous and deft. And never mix up your right foot with your left.”

In summary, we can see that the simple stories of Dr. Seuss contain more thoughtful ideas than one would think or expect. The ridiculousness of his characters often prevents us from taking a serious attitude. However, they should not be viewed that way, because it’s not for nothing that Dr. Seuss is considered the best children’s writer in America.

## References

1. Lebduska, L. Rethinking Human Need: Seuss’s *The Lorax*. – Children’s Literature Association Quarterly. – Vol. 19.4. – 1994. – P. 170–176.
2. Marris, E. In retrospect: The Lorax. – Nature. – Vol. 476. – 2011. – P. 148–149.

3. Theodor Seuss Geisel. American author and illustrator. – Encyclopedia Britannica. – <https://www.britannica.com/biography/Dr-Seuss> [Retrieved May 20, 2017].

Научный руководитель – канд. филос. наук, доц.  
*Б. В. Сапрыгин*  
Research supervisor – Candidate of Philosophical Sciences,  
associate professor  
*B. V. Saprygin*

УДК 82:111.85 81

**М. Э. Новикова**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **СЕМИОЭСТЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОВЕСТИ А. П. ЧЕХОВА «В ОВРАГЕ»**

Работа представляет собой попытку семиоэстетического анализа повести А. П. Чехова «В овраге».

*Ключевые слова:* сюжет, нарратив, нарратор, медиация, семиотика.

**M. E. Novikova**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **SEMIO-ESTHETIC ANALYSIS OF THE STORY «IN RAVINE» BY A. CHEKHOV**

The research under consideration is an attempt of a semio-esthetic analysis of A. P. Chekhov's short story "In ravine".

*Keywords:* plot, narrative, narrator, mediation, semiotics.

In order to perform a complex semio-esthetic analysis we have to focus on the following items: plot, composition, details, the speech structure, mythotectonics and rhyme.

The plot of the story under scrutiny shows an alternation of long and short episodes. The longest episodes are Varvara's and Animism's dialog and Lipa's meeting with a man from Firsanovo. The shortest are Tzibukin's leaving to a town for writing a bequest and Lipa's leaving from Tzibukin's house.

The episodes, in which Lipa is a main character, are usually short, the fact points to meekness of the character, but the longest episode in which Lipa's met with men from Firsanovo, can be an epiphany of Lipa. The shortest episodes focus the reader's attention to turning story's lines.

The story presents an auctorial narration; it is shown by a transferal of character's meditations to the narrator's speech. But Chekhov's narrator is different from the narrators of other writers because his view often coincides with the character's view. The events aren't prepared beforehand; the details don't precede and they don't mark this events. The readers watch the events with the characters including the narrator. A tragic event (Nikiphor's murder) is unwilling; it is put on a par with the domestic events. There is no personal assessment of the narrator in the novel. It is often mixed or subordinated with the character's assessment or view.

There are the «excess» of details on the detail's layers. These details are superfluous in the plot, they don't play a role and don't reflect the essence, but the author uses them for strengthening the sense of narration's reality.

Prevailing voice is given to the narrator. Many situations, for example, the meditation are passed through his voice.

Many characters have own voices, which are lexically, syntactically and emotionally marked (Varvara, Lipa, Aksinya, Elisarov). Some characters (Grigory Petrovich and his sons) have one voice. For example, Anisim and Stephan often repeat his phrases.

In the end of the story Grigory Petrovich commits penance, the communion of sins that are released to him, after the "breaking of bread", which connects this episode with the Christian tradition of communion and absolution. Then in the story there is a description of a landscape: night comes in the village, and in the mythology the night is the symbol of the death and a road is the symbol of the way. The reader understands that Grigory Petrovich is close to the death.

In the episode of Lipa's meeting with the men from Firsanovo (an old man and a grandson), the grandson is named Vavila, which is analogous to the name of the

Biblical city of Babylon. In Christianity, Babylon is a fallen city. Also the meeting takes place at night near a fireless (in mythology fire is a symbol of life). Vavila is described as "long". Also throughout the novel a brick factory is mentioned. There is a chapter in the Bible (Chapter 11) about the building of the Tower of Babel.

Just as the Tower of Babel is fallen, the Tsybukin`s family breaks down.

The reproduction of events is imposed by imprints of the characters` emotions, consisting in the intermittence of the syntax.

A similar rhythmic image is used to convey the movements and character of the personages.

Thus, the analysis of six levels of the artistic reality leads us to the conclusion that Chekhov's story has a background in the genre of the parable: the fragmentary nature of the plot, the accentuated role of details, references to biblical subjects, edification and instructiveness.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Н. А. Муратова*

Научный консультант – канд. филол. наук, доц.

*Н. В. Носенко*

Research supervisors –Candidate of Philological Sciences,  
associate professor

*N. A. Muratova;*  
associate professor

*N. V. Nosenko*

**С. В. Семичева**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **КОНЦЕПЦИЯ ГЕРОЯ В ПОЭТИКЕ ВУДИ АЛЛЕНА НА ОСНОВЕ СБОРНИКА ПЬЕС «РИВЕРСАЙД-ДРАЙВ»**

Цель работы – представить целостную концепцию героя в поэтике известного американского драматурга на основе сборника его пьес.

*Ключевые слова:* главный герой, эпизодический персонаж, канонизированный персонаж, драматургия, пьеса, сюжет.

**S. V. Syomichova**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **THE CONCEPT OF THE HERO IN THE POETICS OF W. ALLEN BASED ON THE COLLECTION OF PLAYS «RIVERSIDE DRIVE»**

The objective of the study is to present the holistic concept of the hero in the poetics of the famous American playwright on the basis of a collection of his plays.

*Keywords:* main character, episodic character, canonized character, drama, play, the plot.

As it's well-known the character sphere of an artistic work includes the following characters as: the protagonist, secondary, episodic and out-of-stage characters. In the plays under analysis, two kinds of characters predominate.

The protagonist is the main character with clear features of character and behavior, the key character is the most involved in the action, whose fate and actions are in the center of the plot of the work.

Off-stage characters are not involved in the action but they are very important as they create the completeness of the picture. They are spoken about, but the people physically absent, they also contribute to understanding of the problems of the protagonist, make the play more vivid and rich.

Secondary and episodic characters are almost bypassed by the author. The author simply ignores secondary characters.

All three plays in the collection are similar to each other. The center of all plays is such action as treachery. All the events are unfolded around it. The author lets us know who was unfaithful, with whom, why, and what will be in the future. The characters themselves are revealed in the actions.

Woody Allen uses the canonized, familiar types of characters in the plays: fatal woman, reasoner, neurasthenic, and trickster – it is the set of canonized characters that Woody Allen used in his collection.

A fatal woman is presented in all three plays, this one with which men committed treason because of this conflict.

There is also a resident character of the play, which does not take an active part in the development of the action and is called to exhort or denounce other heroes, expressing long moralizing judgments from the author's positions.

A trickster is a man or an anthropomorphic animal committing unlawful acts or, at any rate, disobeying the general rules of conduct. As a rule, a trickster does not act according to the "evil intention" of resistance, but sets the task of the game process of the situation and life. In the play, the trickster, as it were, teases the hero, takes him to clean water, makes him believe that it will be better that a bad deed can be justified.

Neurasthenic is a scenic role; an actor who plays the role of a morbidly-nervous, unbalanced, weak-willed person, easily amenable to various influences and moods in a state of acute mental crisis.

It's important for our research to understand why these characters are used by Woody Allen. The survey we have done shows that the above mentioned characters convey the problem that the author wants to show in the best way. They help to convey the idea and show it more vividly. And in the end the reader is happy to get a beautiful life play.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*H. B. Носенко*

Research supervisor – Candidate of Philological Sciences,  
associate professor

*N. V. Nosenko*

**В. Е. Каширина**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

**ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ  
ГИМНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И СОЕДИНЕННОГО  
КОРОЛЕВСТВА ВЕЛИКОБРИТАНИИ  
И СЕВЕРНОЙ ИРЛАНДИИ**

Работа посвящена сравнительно-сопоставительному лексико-стилистическому анализу российского гимна и гимна Великобритании.

*Ключевые слова:* жанр, тема произведения, гимн, песня, поэтика.

**V. E. Kashirina**

(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))

**LEXICO-STYLISTIC ANALYSIS OF THE TEXTS OF HYMNS  
OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE UNITED KINGDOM  
OF GREAT BRITAIN AND NORTHERN IRELAND**

In this work we want to show that the national hymn is not just a poetic text, it is the core of the state, reflecting its historical and cultural identity. We analyzed the unique poetic genre of the hymn and, using the example of the hymns of the Russian Federation and the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, examined the geographical, historical and cultural features of the territorial units in them. In addition, we gave an analysis of the language tools used in the texts of hymns.

*Keywords:* genre, theme of the work, anthem, song, poetics.

The purpose of the work is to analyze the genre peculiarity of the texts of the hymns of the two countries. The object of our work is the hymn of the Russian Federation and the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, subject - historical, geographical and cultural features. The relevance of the topic is because today our country is experiencing a rise in patriotism. In addition, the hymn is a musical

work, which in many ways serves as a bulwark of this patriotism. The study and comparison of the texts of the hymns of different countries helps us to better understand this phenomenon

The hymn is a certain musical theme, inseparably connected with a certain subject (corporation, association, territory, state, event, etc.), performing the function of identification by musical means. In the complex of identification marks used by states, the anthem occupies a special place, since it is the most widely available and most widely understood sign. Most hymns are songs, but at the same time, hymns are equally performed with both words and without words. All this together – text and music - are able to evoke a whole range of feelings, a stream of emotions from the lowest to the most exalted.

In the course of its historical development, the anthem of the Russian Federation has undergone a number of changes, connected mainly with political changes in the country. Unlike the anthem of the Russian Federation, the hymn of the United Kingdom has reached us almost unchanged. It has been known since the reign of King George II, there are records of the performance of this melody in theaters since 1745. Currently, the most famous is the feminized version of the anthem; during the reign of the monarch of the male sex, the word "Королева" (Queen) is replaced by "Король" (King), and the corresponding personal pronouns are also replaced.

We did the analysis of the texts with the help of a plan for studying the poetic text. Analyzing the texts of the two hymns, we can talk about the presence of similar features and differences. The similarity is that both hymns are songs - glorification. Only objects of this glorification are different. The Russian hymn glorifies the native power, and the hymn of the United Kingdom - the ruler. At the same time in both texts there are a lot of high epithets. In addition, the hymns have a common character - God, although he is mentioned only once in the Russian hymn. There are more nouns in the text of the hymn of the Russian Federation, and in the text of the British hymn - verbs. Both hymns reflect a certain historical process - the development of the state. Both hymns contain almost no metaphors. There are many exclamation marks in the hymn of the United Kingdom as in the Russian hymn. The imperative mood is often used in both hymns. The Russian hymn begins with anaphora, and the British hymn begins with an appeal.

Thus, we can conclude that the similarities of the hymns are determined by the genre peculiarity (the presence of high epithets, generalizing pronouns, belief in the higher power - God), and the differences of hymns are determined by the peculiarity of political, historical and socio-cultural development.

We coped with the tasks of our work and made a lexical-stylistic and comparative analysis. In the course of the work, we identified the presence of tropes in two texts, their similarities and differences.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*H. B. Nosenko*

Research supervisor – Candidate of Philological Sciences,

associate professor

*N. V. Nosenko*

УДК 82.0

**Ю. А. Карачевская**

*(студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЛИТЕРАТУРНАЯ ТРАДИЦИЯ В РОМАНЕ**

### **М. Е. САЛТЫКОВА-ЩЕДРИНА «ГОСПОДА ГОЛОВЛЕВЫ»**

Работа посвящена изучению романа М. Е. Салтыкова-Щедрина в свете литературной традиции.

*Ключевые слова:* сатира, композиция художественного произведения, мотив, мотивный анализ текста.

**Ju. A. Karachevskaya**

(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))

## **LITERARY TRADITION IN THE NOVEL BY**

### **M. SALTYKOV-SHCHEDRIN "THE GOLOVLYOV'S FAMILY"**

This study focuses on the review of the novel by M. E. Saltykov-Shchedrin in the light of literary traditions.

*Keywords:* satire, the composition of the artwork, motif, motif analysis of the text.

Mikhail Saltykov-Shchedrin is one of the most prominent writers of Russian literature, the greatest master of social reproof. The writer was born in a landowner's family, but made accusations against his close environment. He did it in such a way that even the officials couldn't catch the writer in criticism of the authorities.

The uniqueness of the composite structure of Shchedrin's works consisted in combination of artistic and journalistic elements, so that the author's digressions and explanations of theoretical-aesthetic and literary-critical nature didn't disturb the harmony of the whole.

Laughter of Saltykov in the 70-ies, when «The Golovlyov's family» was created – is the laughter over the facts of human life: the moral collapse of the family, thieves, predatory creation of ownership, lies, hypocrisy and empty rhetoric of religious commandments.

Prophetic, at the expression of bitter laughter Saltykov's satire revolutionized the consciousness and will of the whole generation of Russian people. Thus, the aim of the research is to consider characterology of the novel «The Golovlev's family» in light of the literary tradition.

The study of Saltykov-Shchedrin's creations has been considered to be an established part in domestic and foreign science literature. At all times more or less closely – Saltykov-Shchedrin has remained in the focus of critics, literary critics of different schools and directions. The glory of the Creator of «Golovlyov's Chronicles» crossed the borders of Russia, the book has been translated into all major languages of the world.

Thus, having analyzed the novel by M. E. Saltykov-Shchedrin «The Golovlev's family» we came to the conclusion that the considered work follows literary traditions of the second half of the XIX century, that is not typical for Saltykov-Shchedrin. Motif analysis of the text showed that the novel combines a large variety of motifs and references. So we can conclude that not all Saltykov's riddles have already been solved.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*A. E. Kozlov*

Научный консультант – канд. филол. наук, доц.

*H. B. Nosenko*

Research supervisors –Candidate of Philological Sciences

*A. E. Kozlov,*

Candidate of Philological Sciences, associate professor

*N. V. Nosenko*

**К. А. Шмаргалова**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ-ФИЛОЛОГОВ**

Работа посвящена проблемам изучения иностранного языка как интеграционного средства и его роли в поисках способов решения актуальных проблем современности.

*Ключевые слова:* интеграция, экономика, политика, международный обмен, международная коммуникация, изучение иностранного языка.

**К. А. Shmargalova**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **FOREIGN LANGUAGE AS A MEANS FOR FORMING THE INTERCULTURAL COMPETENCE OF STUDENTS**

This research is devoted to the problems of studying a foreign language as an integration tool and a way of solving actual problems of our time.

*Keywords:* integration, economics, politics, international exchange, international communication, learning a foreign language.

Each of us, at least once in his life, faced common stereotypes about his country, nation, and people. Modern world is not ready yet to give up templates that have been created over the centuries. And it does not happen in a few moments. But it's not so bad as it might seem at first sight. Today every person has the opportunity to become a little closer to the people of another country, of another nationality, because it is simple enough to start learning a foreign language.

There is a huge variety of names for the words familiar to us, like *the sky, the sun, mother, father, friend, friendship, love*, and so on. And their meanings, sense and attitude towards them will change, as we would call them.

Modern world has created many opportunities for the integration of humanity. For example, studies on the exchange, holding of international competitions, research projects, etc. The only thing that we need is the desire.

At our university not only Russian citizens are trained, but also students from China, Mongolia and some other countries. Even the most basic knowledge of the language helps us to communicate with foreign students, to carry out games, contests, theatrical scenes and concerts. And we always get a lot of fun. Chinese students studying Russian language so quickly master the basic knowledge and skills! Of course, during some activities we may have difficulties in understanding each other, in particular because of the small vocabulary of each of the parties, but as I have written above, many of the known objects and phenomena in every nation are the same. For example, after the regular theatrical performances for international students, each of the actors thanked the audience by bow, saying "thank you" in Russian or a simple smile. All people in the world smile in the same language! Each of our gesture is a word that creates a whole system, a base for a new "international" language.

However, not all gestures are of the same meaning in different countries. The same gesture in one country may seem innocent, and offensive in the other. Therefore, the best way to avoid misunderstanding is to study the language of the country you are going to visit. There is a variety of language schools, video tutorials, guides and tutorials for self-study. Today the shop windows are full of publications and the building are colored with advertisements. The difficulty lies only in the fact that not everyone can afford to buy these things as well as to learn languages. Therefore, I think that education must be accessible everywhere for everyone. There will be the ground for the development of man, his soul, and mind. And international aid and mutual integration of the countries can speed up the process of creating favorable conditions for every individual in the social environment, and for the entire states on the political arena.

Научный консультант – канд. филол. наук, доц.

*H. B. Носенко*

Research supervisor – Candidate of Philological Sciences,  
associate professor

*N. V. Nosenko*

**Я. В. Лахина**

*(студентка 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **КОРРЕЛЯЦИЯ МОДУСОВ ХУДОЖЕСТВЕННОСТИ В ПОВЕСТИ В. Г. КОРОЛЕНКО «В ДУРНОМ ОБЩЕСТВЕ»**

Предметом работы является корреляция и контаминация двух художественных моду-сов (трагического и драматического) в рамках одного повествовательного текста – повести В. Г. Короленко «В дурном обществе».

*Ключевые слова:* В. Г. Короленко, модусы художественности, стратегии оцельнения, Пятикнижие, писатели чеховского круга.

**Y. V. Lakhina**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **CORRELATION OF ARTISTIC MODULES IN V.G. KOROLENKO "IN BAD SOCIETY"**

The subject of this study is the correlation and contamination of two artistic modes (tragic and dramatic) within the framework of one narrative text – the story of V. G. Korolenko «In Bad Society».

*Keywords:* V. G. Korolenko, the modes of artistry, the strategy of integrity, “Five-books”, writers of the Chekhovian circle.

The creativity of V. G. Korolenko of the second half of the 80-ies is focused in many ways on the works of his contemporaries – the so-called writers of the Chekhovian circle. An important role in the development of the writer played the works of two intangible classics: L. N. Tolstoy and F. M. Dostoevsky.

According to the concept of V. Ivanov, dedicated to the genre definition of Dostoevsky's works, the novels of the famous «five-books» are the novel-tragedies. P. Bitsilly, continuing to develop the concept of Ivanov and Merezhkovskiy, defines Dostoevsky's novels as drama-novels. Despite the fact that this concept was formed

only in the twentieth century, it is necessary to take into account the peculiarities of perception of this form in the self-consciousness of Korolenko.

In modern theoretical studies the modes of artistry are defined as "types of artistic integrity serving as the basic strategies for completing the artistic." The most relevant for today is the theory of V. I. Tyupa. Unlike the paradigms of artistry, all modes: satirical, heroic, comic, dramatic tragic - have the trans-historical nature of repetitive, typologically productive artifacts.

In the text of the chosen story "In Bad Society," the most pronounced is the tragic plot, which is based on the conflict of fathers and children. In this conflict, the situation reflects the excessive freedom of "I" and the guilt of the protagonist before the world order. This is the basis for the realization of the tragic in the narrative text. But we cannot classify this text as tragic, since the plot has several equal, contaminated strategies of cure.

One of the main differences between dramatism and tragedy lies in the hero-victim: the tragic determines that such a protagonist must be a protagonist, while the dramatic one allows to "transfer this role" to another hero. This is what happens in the plot of the story. Maroussia becomes such hero-victim, whose death becomes the catharsis of the work, contributing to the decline of tension, which reached its maximum point in the plot of the story.

So, we come to the conclusion that this work uses a tragic plot with a dramatic conflict, resulting in a "shift" of tension from the main character to the hero-victim. This "displacement" is due to the death of Marousia. And it not only contributes to the decline of tension, but also resolves the underlying conflict.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*A. E. Kozlov*

Научный консультант – канд. филол. наук, доц.

*H. B. Nosenko*

Research supervisors –Candidate of Philological Sciences

*A. E. Kozlov,*

Candidate of Philological Sciences, associate professor

*N. V. Nosenko*

УДК 371.3

**А. Е. Пеканов, Н. Г. Широких**

*(студенты 3 курса, направление «Отечественная филология»,  
профиль «Русский язык и литература», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **ТЕМАТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С АНТИЧНЫМ КОМПОНЕНТОМ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

Работа посвящена изучению одной микросистемы русской и английской фразеологии, а именно набору выражений, которые включают греческие и латинские компоненты.

*Ключевые слова:* фразеологические единицы, идиомы, тематическая классификация.

**A. E. Pekanov, N. G. Shirokih**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **UNITS WITH ANTIQUE COMPONENTS IN RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES: THEMATIC CLASSIFICATION**

Our research focuses on one of the microsystems of Russian and English phraseology: set expressions including Greek and Latin components.

*Keywords:* phraseological units, phraseology, idioms, thematic classification.

Phraseological units often have a national colouring. They reflect a national history, as well as varied character of culture and daily routine. Nevertheless, in Russian and English phraseology we can find a lot of international phraseological units of Latin and Greek origin. The analysis of such phraseological units can help to see the whole picture of developing Russian and English cultures, the ways certain spheres of both languages became international.

The relevance of this research is not only in the material collected but in the very polyaspect approach in characterizing it that was offered as a purpose of our work.

In this research we have introduced a new term “antiquamy” as a synonym for an antique component.

The aim of the first part of our research is to make up the thematic classification of antiquamies.

The material was taken from various dictionaries, scientific works and teaching aids which consider phraseological units.

When analyzing materials we used the comparative method and the technique of distributive analysis (task 2). The bulk of the phraseological units consists of more than one hundred.

Considering antique components from lexico-semantic point of view we came to conclusion that all of them can be classified into certain thematic groups.

1. Gods and deities. В объятиях Морфея – to sleep soundly – In the arms of Morpheus; Родные пенаты – Lares and penates.

2. Mythological heroes: Ахиллесова пята – a weak point – Achilles’ heel; Авгиевы конюшни – mud – to clean the Augean stables; Гордиев узел – The Gordian knot; муки Тантала – the torments of Tantalus; Прокрустово ложе – Procrustean bed; Сизифов труд – Sisyphean toil; ящик Пандоры – Pandora’s box.

3. Real antique heroes and figures: Дамоклов меч – constant threat; Гомерический хохот – loud guffaw; Пиррова победа – a victory that equals defeat.

4. Antique objects and phenomena: Под Эгидой (under protection) – Under the Aegis.

The observation showed that group “Mythological Heroes” and “Real antique figures” is the most important in English. Moreover, the comparative analysis showed some antiquames exist only in Russian not in English.

Considering different structural-semantic types of antiquemies we can conclude that that all phraseologisms from Vinogradov’s point of view are agglutinations.

Thus, our initial observations open further perspectives of researching the problem of component analysis of phraseological units both in the Russian and English languages. One of them is a functional-stylistic characteristic within a wide range of contexts, in which our components bear a varied stylistic load.

Moreover, we paid attention to the substantial vocabulary of phraseologisms in which an antique component is expressed implicitly, which requires further investigations. Our observations reveal a unique place and role of such units in modern English and Russian. Not only because they are tools of high bookish erudition, ‘echo’ of

antique culture, but a rich source of widening a metaphoric vocabulary, both English and Russian.

Научный руководитель – канд. филол. наук, проф.

*М. П. Алексеева*

Research supervisor – Candidate of Philological Sciences, prof.

*M. P. Alekseyeva*

УДК 371.3

**Е. А. Погадаева**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **СОВЕТИЗМЫ В ДЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ**

Работа посвящена проблемам развития детской литературы в России, её генезису, назначению и специфике.

*Ключевые слова:* детская книга, советская власть, советский период, литература для воспитания.

**E. A. Pogadaeva**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **LEXICON OF SOVET ERA IN CHILDREN'S LITERATURE**

This research is devoted to problems of development of children's literature in Russia, its genesis, aims and specifics.

*Keywords:* children's book, Soviet power, Soviet period, educating literature.

Being an integral part of fiction, children's literature serves as the most important channel to relay the spirituality of mankind. Each culture is characterized by specific systems of vision and perception of the world, channels to transfer its values.

Children's literature is an independent field of art, it has been developing in close connection, interaction and under the influence of other art forms and spiritual culture which are oral and poetic creativity of the people, written (hand-written and printing) literature, education, pedagogics, science and art, including theater, painting and music.

In the Soviet Russia of the post-revolutionary period politically and class-oriented children's literature began to form almost immediately to call for the release of children from the corrupting yoke of the old book. Some teachers and critics considered it necessary to exclude tales from children's reading. However, such writers as Gorky, Mayakovsky, Chukovsky, Marshak launched a struggle for fairy tales and fantasy literature.

Books on nature took one of the first places, especially for preschool children and younger schoolchildren. Children always need a great conversation about nature. In this subject there is a mass of opportunities for the education of morality and good emotions, for practical activities and for reflection. With all the variety of genres, plot situations, characters of books about nature, the creative manner of each writer, the common in them is the solution of the most important problem of modern literature: the problems of further humanization of man.

In the first post-revolutionary decade there were writers who worked for children: A.M. Gorky, A.S. Neverov, M.M. Prishvin, A.P. Gaidar, B.S. Zhitkov, V.V. Biancki, L.A. Kassil and many others. The functional orientation, propagandistic certainty, the demand to involve the party, trade union and soviet organizations in the creation of children's literature in support of the Komsomol characterized the time when Soviet children's literature became a mass phenomenon. Thus, after 1917 children's literature began to have purposeful ideological character. The task of creation of the children's book of new type was set for children's writers. The children's book became one of the main tools by means of which the Soviet power solved a problem of creation of "the new person". During this period the edition and contents of the children's book were formed by those who directed the country and defined its future.

At the same time, outstanding works for children were created in the Soviet period; they continue to be carefully transferred from generation to generation. The appeal of children's literature of the Soviet period in spite of the fact that it often presented some ideological background, it kept strong traditions of enlightenment and

education. "The book is the best assistant of the teacher" was the main formula for the writer and the publisher.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Н. В. Носенко*

Research supervisor – Candidate of Philological Sciences,  
associate professor

*N. V. Nosenko*

УДК 821(7/8).09

**П. О. Шахова**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **КУЛЬТУРА БИТНИКОВ И РОМАН ДЖ. КЕРУАКА «В ДОРОГЕ»**

В работе рассматриваются модели коммуникации, характерные для американской молодежной субкультуры битников и нашедшие отражение в автобиографическом романе Дж. Керуака «В дороге».

*Ключевые слова:* художественный дискурс, битники, стилистика текста, речевые характеристики, языковая личность.

**P. O. Shakhova**

(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))

## **BEAT CULTURE AND "ON THE ROAD" BY J. KEROUAC**

The article deals with models of communication typical for American youth subculture of Beatniks and their reflection in the autobiographical novel "On the Road" by J. Kerouac.

*Keywords:* artistic discourse, beatniks, text style, speech characteristics, linguistic personality.

The Beatniks were called mainly young people of a socio-cultural layer, which was formed in the USA in the 1950-1960-ies. Beatniks had negative attitude to tradi-

tional values (marriage, children, quiet old ages), despised the ideals of the older generation and sought to live by their rules. More precisely, at all without rules: the beatniks hated the idea that they have to respect any social norms. Literary idols of the Beat (the so-called "Beat generation") were quite specific: Allen Ginsberg, William Burroughs and, of course, Jack Kerouac, who described the characteristics of the Beatniks in his essays and interviews.

However, the main idea of the Beat-generation is that both art and a way of life was conceived as a way of communion with God, avoiding the traditional institution of the Church, by "beholding" through a rhythmic trance, drug use and liberating consciousness. It developed specific national spiritual traditions. The origins of the Beat-generation is the identity of the person who relies only on himself and tries to communicate with the Earth, nature and other people — for the sake of mutual joy.

*„I love crazy, such that want to live wildly, madly want to talk, want to escape wildly who want to have it all, who never yawn and never talk vulgarity but always burn, burn, burn...“.- Jack Kerouac.*

The heroes of the novel by Jack Kerouac "On the road" are typical Beatniks. They are charming slackers, whose interests in the closed part of the constant search of entertainments and their place in life.

It is interesting, that the characters in the novel are not so young, although the impression of people monstrously infantile: in any case, from the age of teenagers, they obviously went out. So the beat is more a reflection of the prevailing (and still prevailing) in the US cult of youth.

However, "on the road" is a novel metaphor: the road here becomes a symbol of restlessness. Painful search of itself does not lead the heroes of Kerouac to the desired goal, and they are forced again and again to get in a used car and drive into the unknown.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Н. В. Носенко*

Research supervisor – Candidate of Philological Sciences,  
associate professor

*N. V. Nosenko*

# ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ: ЯЗЫК СМИ И РЕКЛАМЫ

---

УДК 81:316.7

**Е. Ю. Печёнкина**

*(студент 2 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский  
государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## ЯЗЫК ВРАЖДЫ В СМИ И БЛОГОСФЕРЕ

Работа посвящена изучению роли “языка вражды” в средствах массовой информации и блогосфере современного общества.

Актуальность данной работы состоит в том, что настоящее время принято называть информационной эпохой, ведь на сегодняшний день информация – это одна из самых главных ценностей. И ее создание и распространение – дело рук средств массовой информации и блогосферы.

*Ключевые слова:* СМИ, блогосфера, канцеляризмы, экстралингвистические факторы, речевая небрежность, субкультура.

**E.Yu. Pechenkina**

(Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk)

## HATE SPEECH IN MEDIA AND BLOGOSPHERE

This work is devoted to the study of the role of "hate speech" in media and blogosphere of modern society.

The relevance of this work is that the present time is usually called the information age, because at the moment information is one of the most important values. And its creation and distribution is the work of the media and the blogosphere.

*Keywords:* mass media, blogosphere, chancellery, extralinguistic factors, speech negligence, subculture, hate speech.

Nowadays, “hate speech” is a term used to name a set of language means expressing sharply negative relations between two "opponents"— carriers of different systems of religious, national, cultural or more specific, subcultural values. This phenomenon can act as a form of manifestation of racism, xenophobia, ethnic hatred, homophobia, and sexism.

The purpose of this work is to study the problem and semantics of the language of hostility of the media and the blogosphere of modern society.

Having examined some materials on this topic, I managed to find out the following:

In most cases, journalists, as well as other persons who include in their speech the "language of enmity", use it, without intentional implying the meaning, which, as it turns out, carries the text. The main object of hostile rhetoric is ethnic and social belonging. We`ve come across the following errors:

- Speech negligence (the author, without hesitation, uses unnecessary details, which are negatively perceived by the audience).
- Incorrect titles (the author uses some catch phrases in the title, although there is no sensationalism in the material itself).
- Statistical "temptations" (the author hyperbolizes statistical data to give special significance to his publication).
- Mixing of social problems and ethnic rhetoric (the question is discussed in the "national" framework, although in fact it is much broader and does not boil down to a single social group).
- Denial of citizenship by ethnicity (the author refers to a person as a foreigner, not taking into account the availability of temporary registration or citizenship).

Thus, I managed to find out that the language of hostility in media and blogosphere, usually follows from the linguistic factors of its functioning. I can also say about the possibility of creating an offensive form and / or a form containing discriminatory signs using statements whose negative connotation is due to their stylistic nature, as well as through "politically incorrect expressions" whose negative properties are related to extralinguistic factors. For example, "politically incorrect" nominations "a person of Caucasian nationality" and "homeless" are unfortunate chancellery terms in the speech of law enforcement officers, which, as a rule, are not used for neutral or positive personality characteristics.

Thus, in media and blogosphere of modern society, "hate speech" is very popular and relevant, but, according to the opinion of experts, it bears only negative reactions and is completely identical with the notion of intolerance.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Н. В. Носенко*

Research supervisor – Candidate of Philological Sciences,  
associate professor

*N. V. Nosenko*

УДК 659.1

**А. С. Ширманова**

*(студент 1 курса, направление «Реклама и связи с общественностью»,  
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»,  
Институт рекламы и связи с общественностью, ФГБОУ ВО «Новосибирский  
государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ПРОБЛЕМЫ БРЕНДИНГА В РОССИИ**

В работе описаны проблемы брендинга в современной России. Автор рассуждает о причинах проблем и предлагает пути их решения.

*Ключевые слова:* бренд, стратегия брендинга, профессиональная подготовка.

**A. S. Shirmanova**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **PROBLEMS OF BRANDING IN RUSSIA**

The paper describes the problems of branding in contemporary Russia. The author discusses the causes of the problems and suggests a solution.

*Keywords:* brand, branding strategy, professional training.

Modern economics forces entrepreneurs to fight for a place in the market. To get and hold it you need to create a strong brand. Branding came to Russia just recently – at the end of the XX century. However, nowadays there are expensive and

strong brands in our country. At the same time, Russian branding has some weaknesses, which prevents companies from building their own popular brands [1].

First of all, many Russian entrepreneurs do not understand why branding is so important. This term is identified with a signboard or a logo on packages. But in reality, the notion of brand includes all areas of a product's manufacturing and selling – from quality to promotion to PR and advertising, and is formed in the minds of consumers [2].

Secondly, there is the problem of developing an effective branding strategy. For instance, marketers often make a mistake at the very beginning of their dealing with a brand by determining the target audience as 'from 18 to 45'. As a result, the product does not fully satisfy anybody's wants. To have an effective impact on the consumer the product should be aimed at a specific group.

The third problem is copying somebody else's examples. Due to lack of experience, some Russian companies adopt the strategies of building and promoting a brand that have been developed abroad. However, it often turns out that such strategies don't work in Russia. While working out a strategy, one should take into account the cultural, linguistic, social and economic differences between Russia and other countries [3].

In order for branding in Russia to develop faster, it is required to provide a good education in this area. Russian universities focus little attention on branding, although special training courses have become very popular for the last couple of years. Most importantly, establishing a brand image should be entrusted to professionals who are able to take into account a host of associated factors.

## References

1. *Чимидова И. Д.* Роль бренда в реализации инновационного процесса в России // Научное направление международных экономических отношений: Материалы VIII Междунар. науч. студ. конф. (Москва, февраль – апрель 2014 г.). – М.: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2014. – С. 1.

2. *Молчанов Н. Н., Головнев Д. С.* Закономерность развития брендинга в Российской Федерации // Экономика и экономические науки: Материалы Вестника СПбГУ. Сер. 5. Экономика. Вып. 1. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2016. – С. 80–81.

3. *Калмыкова Р. А.* Брендинг: основные проблемы развития в России // Проблемы и перспективы экономики и управления: Материалы III Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). – СПб.: Заневская площадь, 2014. – С. 170–172.

Научный руководитель – канд. филос. наук, доц.

*Б. В. Сапрыгин*

Research supervisor – Candidate of Philosophical Sciences,  
associate professor

*B. V. Saprygin*

УДК 659. 11

**А. А. Привалова**

*(студент 3 курса, направление «Реклама и связи с общественностью»,  
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»,  
Институт рекламы и связи с общественностью, ФГБОУ ВО «Новосибирский  
государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ЮМОР В РЕКЛАМЕ**

В работе осуществляется попытка проанализировать персонажный юмор, характерный для современной телевизионной рекламы.

*Ключевые слова:* телевизионная реклама, персонаж, юмор, рекламный объект, ЛОМ (лидер общественного мнения).

**A. A. Privalova**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **THE USE OF HUMOR IN ADVERTISING**

The study under scrutiny is an attempt to perform character humor characteristics of modern television advertising

*Keywords:* commercial, character, humor, advertisement, LPO (leader of public opinion).

Humor causes positive emotions, which are accompanied by laughter, which is beneficial to the perception of an advert or a commercial, contributes to positive evaluation of the advertising message and provides good retention. There are many different techniques of using humor, but in our research we focus on the humor, where the main role is played by a character. This technique is called "character humor".

There are the following types of character humor:

1. Famous people;
2. Cartoon (game) characters;
3. Inadequate heroes (also known as Busters).

Let's focus on the first type – famous people. There are many commercials with celebrities or LPO (leaders of public opinion). The use of the images of famous people is no accident. When watching a movie, subconsciously we are ready to buy the advertised product because, as a rule, the characters in the movie call the viewer's sympathy and trust, especially if it is a movie with our idol. But if advertising includes a touch of humor, the question of making a purchase or not is eliminated. As a minimum, such advertising will be remembered and the product will be recognizable. The ad of Lipton tea (starring Hollywood actor Hugh Jackman) is an example. The story itself is a bit funny. But after this advert the sales almost doubled.

The next type is a cartoon or a game characters. The use of such characters has become popular. As a rule, such advertising is designed for young buyers, but rather for their parents. A child who saw the cartoon character in advertising would want the product (object) that his favorite character uses in the movie. Well, loving parents, of course, will not be able to deny a child and will buy the product. A chain reaction is started. An example of such advertising is the advertising of products of Nesquik: the adventure of funny chocolate Bunny Quick and his friends.

The third type – Inadequate heroes, or simply assholes: People do not only get positive emotions from viewing of such advertising, but will trust her. The image of "jerk" in the advertisement is well remembered, it is not annoying, but on the contrary, causes a good laugh. In contrast to models with perfect appearance, a moron never call a person`s sense of inadequacy and inferiority, on the contrary, it allows a person to assert themselves, to feel sublime. Here is one of the clearest examples: the appliance Store "Eldorado" takes in the video the comedian Vadim Galygin that the video plays crazy explicit, but funny hero.

So in conclusion it's important to note that humor in advertising is used more and more often. That certainly lifts the mood and increases the awareness of the product, and, most importantly, the volume of the sales of the product.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц.

*Н. В. Носенко.*

Research supervisor – Candidate of Philological Sciences,

associate professor

*N. V. Nosenko*

УДК 659.4

**П. В. Полыгалова**

*(студент 1 курса, направление «Реклама и связи с общественностью»,*

*профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»,*

*Институт рекламы и связи с общественностью, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

## **ВИЗУАЛЬНЫЙ СИМВОЛ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ**

Работа посвящена обсуждению визуальной среды как наиболее эффективного средства выражения символов. Автор приходит к выводу о том, что визуальные средства представляют собой мощный инструмент передачи информации.

*Ключевые слова:* символ, визуальная среда, вербальный носитель, передача информации.

**P. V. Polygalova**

*(Novosibirsk State Pedagogical University (Russia, Novosibirsk))*

## **A VISUAL SYMBOL AS A MEANS OF COMMUNICATION**

The paper discusses the visual medium as the most efficient means of expressing symbols. The author comes to conclusion that visual media are a powerful tool of information transmission.

*Keywords:* symbol, visual medium, verbal medium, information transmission.

A communicator works with symbols. The most efficient medium for symbols is the visual medium. The way the symbol is generated depends on its system attributes. For example, “Edelweiss” was appointed the favorite flower of the Führer [1]. In actuality, Hitler did not like flowers. Edelweiss was the flower of distant mountain peaks, and from the viewpoint of the Germans who adore him, Hitler speaking from a high rostrum was like this flower.

The medium can reflect different states of things. Hertzstein describes posters that helped Hitler to get the power. The enemies of Hitler were depicted as the embodiment of evil. Hitler looked like an avenger angel who stood up for desecrated Germany. Posters were everywhere – on the walls of buildings, in kiosks, on the windows of the Party’s offices and on the windows of everyone who liked Hitler. Their content was uncomplicated, but appealing to the two strong emotions: hatred and the desire of change [2].

Here is another example. Religious symbols help to unite people from different regions and different societies and combine them in one faith [3].

Visual symbols act as a unifier because, as far as they are concerned, linguistic differences are important no more. It is the difference in cultures that is more important. This is not the case with text messages.

Visual symbols are constantly developing. As to Russia, a typical example can be seen in the transition from religious icons to political posters of the Civil War. The Bolsheviks chose the most effective way of influencing illiterate people of that time. The soviet posters have made a contribution to the development of world culture.

The visual medium has a long-term effect. It is generated by the same means, which can be seen in both eastern and western versions of posters. The English version of “The talker is a find for a spy” is “Silence means security” or “Keep mum: the world has ears.” “Have you joined up as a volunteer?” is equivalent to “I want you for U.S. army.” We think in the same way and generate the same types of visual contents, which are then realized in certain versions.

Visual media are more durable and versatile than verbal media. They are a good means of propagation through various communication channels. But for all that media should be consistent with each other. The royal speech is to match the magnificence of the royal apparel. The clown’s multi-colored clothes must reflect his type of message [4].

Visual media are a powerful tool of information transmission. Mankind would not do without them. They most effectively transmit the information that is difficult

to express in words. They unite people on religious and ideological grounds and help them to understand foreign cultures.

### References

1. *Taylor, P. M.* Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day. – Manchester, 1995. — P. 52–53.
2. *Герцштейн Р. Э.* Война, которую выиграл Гитлер. – Смоленск, 1996. – С. 257.
3. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 1999. – С. 9.
4. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер. – 1999. – С. 11.

Научный руководитель – канд. филос. наук, доц.

*Б. В. Сапрыгин*

Research supervisor – Candidate of Philosophical Sciences,  
associate professor

*B. V. Saprygin*

# ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ПСИХОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ

---

УДК 159.9.072.432

**О. В. Стаценко**

*(студент 4 курса, направление «Педагогическое образование»,  
профиль «Филологическое образование», Институт филологии, массовой  
информации и психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет», Новосибирск)*

## **АНАЛИЗ РЕЧЕВЫХ ВЫРАЖЕНИЙ ПОДРОСТКОВ С РАЗНЫМИ СОЦИОМЕТРИЧЕСКИМИ СТАТУСАМИ (на примере интернет-коммуникации)**

В работе представлены результаты анализа интернет-высказываний подростков с разным социометрическим статусом.

*Ключевые слова:* подростковый возраст, социометрический статус, интернет-коммуникация.

Целью нашей работы является исследования речевых проявлений социального статуса ребёнка в классном коллективе.

Объектом нашего исследования являются высказывания учащихся 6 класса, характеризующие их социальный статус, предмет исследования – социальный статус подростков. Объем исследуемого материала составил около 200 контекстов.

Результаты исследования позволили сделать следующие выводы: развитие подростков связано с активным стремлением приобщиться к миру взрослых, ориентацией поведения на нормы и ценности взрослого мира. Особенно нас интересовал период 12–13 лет, поскольку это был возраст, с которым нам пришлось активно взаимодействовать на практике.

Проанализировав его, нам удалось выяснить, что в течение этого периода для подростка важно личностное самоопределение, активное определение своей позиции относительно общественно выработанной системы ценностей. Ещё одним конструктом, формирующимся в подростковом возрасте, является «Я–концепции», которая тесно связана с процессом самопознания подростка. Ведь

если ребёнок осознает особенности своей личности и построит собственную «Я–концепцию», то функционировать в мире, взаимодействовать с близкими и развиваться ему станет легче и интереснее.

Поскольку в нашей работе важна вербализация социометрического статуса подростка в интернет–коммуникации, то нами была рассмотрена методика Дж. Морено «Социометрия» и социометрические статусы, которые присвоены подросткам в классном коллективе в результате проведённой диагностики.

В подростковом возрасте реализация влияет на принятие ребенком класса, на идентификацию с ним, на осознание себя как члена данной группы, на эмоциональное самочувствие. Это, в свою очередь, влияет на восприятие мира, самооценку, на отношение к ценностям, носителем которых является класс как значимая для подростка социальная группа. Методика Дж. Морено позволила определить популярность членов группы, выявить лидеров, «игнорируемых», степень социально–психологической совместимости членов группы.

Опираясь на данные, полученные в ходе социометрии, нам удалось проследить за речью подростков в социальной сети «Vkontakte». Проанализировав речевые фрагменты записей подростков, мы сделали вывод о том, что подростки, для которых характерны лидерские качества («Звёзды»), активно и напористо проявляют себя не только в классном коллективе и спортзале, но и в Интернете, чем привлекают к себе внимание и там. Подростки, попавшие в группу «Игнорируемые», пишут различные негативные записи, тем самым подтверждая свой статус.

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что действительно существует взаимосвязь между социометрическим статусом подростка в классном коллективе и особенностями его речевого проявления в интернет–коммуникации.

Научный руководитель – канд. психол. наук, доц.

*Л. А. Юшкова*

# СОДЕРЖАНИЕ

## РУССКАЯ И МИРОВАЯ ЛИТЕРАТУРА

<b>Андреева А. Д.</b> Феномен дневника в пьесе В. Набокова «Полюс».....	3
<b>Баранов И. Ю.</b> Интерактивные элементы как способ построения нелинейного нарратива.....	5
<b>Брянцева Н. Б.</b> Реализация авантюрного хронотопа в романе А. Погорельского «Монастырка» .....	7
<b>Букшану А. А.</b> К вопросу о ценностной организации повестей Н. В. Гоголя «Портрет» и новелл О. Бальзака .....	9
<b>Должикова А. Г.</b> Характер «лишнего человека» в повести И. С. Тургенева «Дневник лишнего человека» .....	11
<b>Захарова А. В.</b> Фантастика в современных издательских проектах.....	12
<b>Капылова А. Н.</b> «Грамматика бала» в сюжете повести А. А. Бестужева-Марлинского «Испытание».....	14
<b>Карачевская Ю. А.</b> Литературная традиция в романе М. Е. Салтыкова-Щедрина «Господа Головлевы» .....	16
<b>Кольцова К. А.</b> К вопросу о «тривиальности» фабулы повести Н. М. Карамзина «Бедная Лиза».....	18
<b>Кузнецова М. А.</b> Мотив зрения в романе К. Абэ «Человек-ящик» .....	20
<b>Ладыгина А. А.</b> Специфика героев-художников в произведениях Н. В. Гоголя.....	22
<b>Лахина Я. В.</b> Корреляция модусов художественности в повести В. Г. Короленко «В дурном обществе».....	25
<b>Медведева А. С.</b> Замечания к дискурсивной модели рассказа В. Набокова «Как-то раз в Алеппо».....	27
<b>Мерзликина В. В.</b> Особенности изображения образа кардинала Ришелье в пьесе В. ГЮГО «Марион Делорм» .....	29
<b>Молодцова Т. В.</b> Железнодорожная метафора в романах В. В. Набокова «Машенька», «Подвиг».....	31
<b>Новикова М. Э.</b> Поэтика повести А. П. Чехова «В овраге»: категория редукции.....	33
<b>Отинова А. А.</b> Особенности поэтики абсурда в «Случаях» Д. Хармса.....	35

<b>Пархутов И. С.</b> Категория детскости в пьесе Мартина Макдонаха «Человек-подушка» .....	36
<b>Редкозубова А. Д.</b> Взаимодействие внешнего и внутреннего пространства в поэме Вен. Ерофеева «Москва – Петушки» .....	38
<b>Сингх М. П.</b> Дискурсивные стратегии в повести С. Кржижановского «Штемпель: Москва» .....	40
<b>Сагитова У. С.</b> Проблема классификации современных литературных объединений.....	42
<b>Старкова М. В.</b> Функциональное значение экстерьера в романе Ф. М. Достоевского «Идиот» .....	43
<b>Туголукова А. В., Алексеева У. С., Пугачева С. А.</b> Поэзия А. Барто в контексте изучения детской литературы .....	46
<b>Чашкина М. С.</b> Лейтмотив сада в романе М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита».....	49
<b>Шестакова Т. Г.</b> Двойничество в романе В. В. Набокова «Приглашение на казнь» .....	50
<b>Щербина И. О.</b> Японская манга и американский комикс: история и развитие .....	52
<b>Шибкова А. А.</b> Желтков как Вертер: к вопросу о заимствованиях в повести А.И. Куприна «Гранатовый браслет» .....	54
<b>Фартышева А. П.</b> Особенности оглавления романа Т. Толстой «Кысь» .....	56

## СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫСКАЗЫВАНИЯ. АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ТЕКСТОВ РАЗНЫХ ЖАНРОВ

<b>Бударная А. А.</b> Ойконимы Болотнинского района .....	58
<b>Ветрова К. И.</b> Номинации человека в современном молодежном сленге .....	60
<b>Галушко О. И.</b> Русские историзмы в казахстанских учебниках всемирной истории для школьников.....	62
<b>Валова О. А.</b> Образы глупого и умного человека в русском языке (на материале русских фразеологизмов).....	64
<b>Зацепина М. Д.</b> Образ учителя в школьном анекдоте (лингвистический аспект).....	66

<b>Каманина А. М.</b> «Советское» в массовой культуре и языковом портрете современности .....	68
<b>Катунина Е. В.</b> Амбивалентность лингвокультурного концепта «школа»: возрастной аспект .....	70
<b>Королева А. М.</b> Коннотативная семантика прецедентных наименований мужчины (на материале интернет-форумов).....	72
<b>Кухарева Т. А.</b> Основные способы варьирования фразеологических единиц со значением «богатство» в русском языке .....	74
<b>Лебединская А. А.</b> Особенности функционирования выражения <i>чувство юмора</i> в русской языке .....	77
<b>Люй Вэньтин</b> Способы выражения понятия “возраст” в китайском языке .....	79
<b>Малая Е. М.</b> Восприятие внешней красоты человека в русской языковой картине мира .....	82
<b>Машковская А. С.</b> Лаконичность как особенность интернет-коммуникации....	84
<b>Попцова Е. Д.</b> Сопоставление русских и английских наречий со значением неожиданности в словарях синонимов.....	86
<b>Печёнкина Е. Ю.</b> Язык вражды в СМИ и блогосфере.....	88
<b>Пронюшкина М. А.</b> Актуальные проблемы современной учебной лексикографии, предназначенной для иностранцев, изучающих русский язык .....	90
<b>Путилина Т. Г.</b> Оппозиция <i>живое/мертвое</i> в произведении Н. Д. Кашкина «Воспоминания о П. И. Чайковском».....	91
<b>Тришечкина М. Г.</b> Словообразовательное гнездо от слова друг .....	93
<b>Туркало Н. В.</b> Слово <i>трудоголик</i> в современном русском языке: особенности семантики и функционирования .....	97
<b>Усачёва А. С.</b> Особенности образования официальных названий профессий и должностей в современном русском языке.....	99
<b>Фаранова А. А.</b> Особенности коммуникативного воздействия рекламы .....	101
<b>Фелькер И. В.</b> Обращение в современном русском языке .....	102
<b>Чекова Д. М.</b> Функционирование союза <i>ибо</i> в современной речи .....	105
<b>Шеманюк Е. В.</b> Функционирование глаголов деятельности в высказываниях: референтная и оценочная характеристики .....	107

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

<b>Вегнер И. В.</b> «Учение с увлечением»: урок развития речи.....	110
<b>Кондратьева А. Н.</b> Дискуссия на уроке русского языка (поиск себя) .....	112
<b>Станкевич М. Н.</b> Уровень освоенности слов с суффиксом – <i>ИНГ</i> учащимися 10-го класса.....	114
<b>Черней Е. Ю.</b> Умение школьников определять переходные явления в разрядах имен прилагательных.....	116

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАДИЦИОННЫХ И НОВЫХ МЕДИА

<b>Бабинцева В. А.</b> Особенности содержательной модели интернет-порталов протестанской тематики .....	118
<b>Бредихина Е. Н.</b> Пейзаж как сюжетно-композиционный элемент в уличной фотографии .....	120
<b>Вагайцева С. А.</b> Ресторанная критика в авторских блогах .....	122
<b>Ваулина К. В.</b> Освещение криминальной тематики в формате специализированных программ и новостных лент электронных изданий .....	124
<b>Гапеева В. В.</b> Публичные страницы во «вконтакте» как медийная площадка.	126
<b>Груздев П. Е.</b> Творческая лаборатория фотокорреспондента на стадии приобретения профессионального опыта .....	128
<b>Гулян Д. К.</b> Виды нарушений принципов и норм журналистской этики при освещении криминальных происшествий.....	130
<b>Железных А. И.</b> Способы репрезентации материалов о театре в электронных СМИ .....	132
<b>Жеребцова Е. А.</b> Особенности реализации обучающей программы «Мультимедийные Технологии» .....	133
<b>Здорников Д. А.</b> Отличительные особенности современных молодёжных отечественных и зарубежных аниме-СМИ .....	135
<b>Камбулова Л. М.</b> Особенности работы регионального журналиста над материалами о культуре.....	137
<b>Коваленок А. М.</b> Формирование образа семьи в публикациях протестантских интернет-изданий .....	139

<b>Коврижных А. А.</b> Принципы форматирования новостей в зависимости от типа средств массовой информации .....	141
<b>Колиниченко Н. О.</b> Принципы функционирования конвергентной редакции .....	143
<b>Леонов Е. И.</b> Функционирование жанра докуфикшн в российской телевизионной документалистике .....	145
<b>Лобченко Н. А.</b> Основные направления медиаобразовательной деятельности центра развития молодежных инициатив г. Павлодара.....	146
<b>Макаев Л. А.</b> Специфика кинорецензий в пабликах соцсетей (на примере групп «вконтакте»).....	149
<b>Максимова К. Б.</b> Характеристика концепции городских изданий для молодежной целевой аудитории.....	150
<b>Манжилай А.</b> Специфика подачи информации в веб- и принт- версиях региональных вкладок «Аргументы и факты».....	153
<b>Москаленко А. А.</b> Региональные новости как инструмент формирования дискуссий в социальных сетях.....	155
<b>Носова Е. И.</b> Использование заимствованных текстов в современной журналистской практике .....	157
<b>Овчинникова Е. В.</b> Освещение трагических событий в региональной прессе .....	158
<b>Печеркина Е. С.</b> Особенности жанра театральной рецензии в формате специализированного сайта .....	160
<b>Степанова М. М.</b> Специфика технологии получения плёночной фотографии.....	162
<b>Стывко Е. А.</b> Специфика восприятия телевизионных новостей журналистами и зрителями: имплозия смысла.....	163
<b>Табунов М. К.</b> Специфика региональной независимой прессы.....	165
<b>Такмянин И. А.</b> Отражение деятельности муниципальной власти в районной газете.....	167
<b>Филиппова Н. А.</b> Утренний эфир как отражение концепции телеканала .....	168
<b>Федотов С. В.</b> Технология создания буктрейлера.....	170
<b>Чернизова М. А.</b> Особенности концепции городского студенческого издания.....	172
<b>Шумова А. М.</b> Печатные и электронные версии женских журналов: специфика взаимодействия с аудиторией .....	174

<b>Шумова А. М.</b> Репортаж в региональной общественно-политической прессе.....	175
<b>Щетинин И. А.</b> Фотография как документ: цели и формы её использования в современных СМИ .....	177

## **ИСТОРИЯ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ В АСПЕКТЕ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО**

<b>Се Лили</b> Академическая мобильность студентов России и Китая как важнейшая составляющая современного высшего образования.....	179
<b>Чэнь Болян, Чжао Чжэ</b> Москва и Петербург как ключевые города русской культуры .....	181
<b>Чай Данья</b> Казань как феномен современного российского города .....	183
<b>Ван Цзюньчуан</b> Особенности русских и китайских названий городских объектов.....	184
<b>Айтиэргули Уламу</b> Распространение китайского языка в контексте поликультурного взаимодействия народов .....	186
<b>Ма Лиянь</b> Звукоподжательные слова в русском и китайском языках: сравнительный анализ.....	188
<b>Ян Фэй</b> Лозунг в русском и китайском языках: сравнительный анализ .....	191
<b>Се Лили</b> Комплимент в интернет-коммуникации (на материале русских и китайских социальных сетей) .....	193
<b>Му Цзин</b> Свекровь и невестка в современном русском и китайском языках .....	195
<b>Ян Тин</b> Английские заимствования в русском и китайском языках .....	197
<b>Ли Пин</b> Метафорическая характеристика человека в русском и китайском языках .....	200
<b>Кундэцзэ Сутаньбайкэ</b> Значение красного цвета в русской и китайской культуре .....	202
<b>Тэн Шэнсюань</b> Масленица и праздник весны .....	204
<b>Мао Баохуа</b> Представления о драконе в русском и китайском языках .....	206
<b>Цзинь Хуэй</b> Снегурочка в народной, элитарной и массовой культурах .....	208
<b>Цин Тянь</b> Метафоры вкусовых ощущений в русском и китайском языках .....	210
<b>Ли Цзэлинь</b> История русского рэпа .....	212
<b>Аниуэр Айиша</b> Русские праздники .....	213

<b>Чжан Мэнцзе</b> Русская кухня.....	215
<b>Чжун Мин</b> Русский дом.....	216
<b>Ли Цзэлинь</b> Народные промыслы России и Китая.....	217
<b>Гао Сюея</b> Телесериал в современной массовой культуре.....	218
<b>Цзибекэ Циалинь</b> Принципы сюжетосложения в кинотрилогии Э. Рязанова .....	220
<b>Фэн Цзин</b> Эрос и танатос в романе Л. Н. Толстого «Анна Каренина».....	222

## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ: ЛИНГВИСТИКА И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

<b>Kozlova M. A.</b> Social Messages in Dr. Seuss's Stories .....	225
<b>Novikova M. E.</b> Semio-esthetic analysis of the story «In ravine» by A. Chekhov.....	227
<b>Syomichova S. V.</b> The Concept Of The Hero In The Poetics Of W. Allen based on the collection of plays «Riverside Drive» .....	230
<b>Kashirina V. E.</b> Lexico-Stylistic Analysis Of The Texts Of Hymns Of The Russian Federation And The United Kingdom Of Great Britain And Northern Ireland .....	232
<b>Karachevskaya Ju. A.</b> Literary tradition in the novel by m. Saltykov-Shchedrin «The Golovlyov`s family» .....	234
<b>Shmargalova K. A.</b> Foreign Language as a Means For Forming The Intercultural Competence Of Students.....	236
<b>Lakhina Y. V.</b> Correlation of artistic modules by V.G. Korolenko «IN BAD SOCIETY» .....	238
<b>Pekanov A. E., Shirokikh N. G.</b> Phraseological Units With Antique Components In Russian And English Languages: Thematic Classification.....	240
<b>Pogadaeva E. A.</b> Lexicon Of Sovet Era In Children`s Literature.....	242
<b>Shakhova P. O.</b> Beat Culture and "On The Road" BY J. Kerouac.....	244

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ: ЯЗЫК СМИ И РЕКЛАМЫ**

<b>Pechenkina E. Yu.</b> Hate Speech in Media And Blogosphere.....	246
<b>Shirmanova A. S.</b> Problems of branding in russia.....	248
<b>Privalova A. A.</b> The Use Of Humor In Advertising .....	250
<b>Polygalova P. V.</b> A Visual Symbol as A Means Of Communication .....	252

## **ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ПСИХОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ**

<b>Стаценко О. В.</b> Анализ речевых выражений подростков с разными социометрическими статусами (на примере интернет-коммуникации).....	255
---	-----

Научное издание

**МОЛОДЕЖЬ XXI ВЕКА:  
ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА, ИННОВАЦИИ**

Материалы VI Всероссийской студенческой научно-практической конференции  
с международным участием  
(г. Новосибирск, 22–24 ноября 2017 г.)

*В авторской редакции*  
Компьютерная верстка – *И. Т. Ильюк*

---

Подписано в печать 20.11.2017 г. Формат бумаги 60×84/16.  
Печать RISO. Уч.-изд. л. 12,2. Усл. п. л. 15,0. Тираж 100 экз.  
Заказ № .

---

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»  
630126, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28.  
Тел.: 8 (383) 244-06-62, [www.gio.nspu.ru](http://www.gio.nspu.ru)  
Отпечатано: ФГБОУ ВО «НГПУ»