



Осенняя научная сессия КГПУ им. В.П. Астафьева
«Система педагогического образования –
ресурс развития общества»

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ЯЗЫКЕ И ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

**Материалы V Международной
научно-практической конференции**

Красноярск, 31 октября 2025 г.



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. Астафьева»

Осенняя научная сессия КГПУ им. В.П. Астафьева
«Система педагогического образования –
ресурс развития общества»

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ЯЗЫКЕ И ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Материалы V Международной
научно-практической конференции

Красноярск, 31 октября 2025 г.

Электронное издание

КРАСНОЯРСК
2026

ББК 81.2
Д 466

Редколлегия:

С.П. Васильева (отв. редактор)

А.Д. Васильев

Т.В. Мамаева

Т.М. Софронова (редактор английского текста)

Д 466 **Динамические процессы в языке и языковой картине мира:** материалы V Международной научно-практической конференции. Красноярск, 31 октября 2025 г. [Электронный ресурс] / отв. ред. С.П. Васильева; ред. кол. – Электрон. дан. / Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева. – Красноярск, 2026. – Систем. требования: PC не ниже класса Pentium I ADM, Intel от 600 MHz, 100 Мб HDD, 128 Мб RAM; Windows, Linux; Adobe Acrobat Reader. – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-00102-770-6

ББК 81.2

ISBN 978-5-00102-770-6
(Осенняя научная сессия КГПУ им. В.П. Астафьева
«Система педагогического образования –
ресурс развития общества»)

© Красноярский государственный
педагогический университет
им. В.П. Астафьева, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ЯЗЫКЕ: ИСТОРИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Важенина А.В.

ИНОЯЗЫЧНЫЕ МОРФЕМЫ В СТРУКТУРЕ РУССКИХ НЕОЛОГИЗМОВ:
ЛИНГВОКРЕАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ TELEGRAM)..... 6

Замыслова В.Н., Энижилэ

НАЦИОНАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ
В РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ПАРЕМИЯХ И ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ..... 10

Уфимцев А.Е.

ПАРАДИГМЫ В ЛИНГВИСТИКЕ: КРАТКИЙ ОБЗОР..... 14

Шибеев М.В., Кипчатова А.В.

ЭВОЛЮЦИЯ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА «ДОНОС» В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ..... 19

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Арепьева П.В.

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О СЕМЬЕ И ДРУЖБЕ В ЦЕННОСТНОЙ КАРТИНЕ МИРА
МЛАДШИХ ПОДРОСТКОВ..... 24

Низамутинова Т.М.

ПОЛЕ КАК ЦЕННОСТЬ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ШКОЛЬНИКОВ КРАСНОЯРСКА
(НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО СЛОВАРЯ ШКОЛЬНИКОВ КРАСНОЯРСКА)..... 28

Мэн Юань

АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ «СЕМЬЯ»
ПО МАТЕРИАЛАМ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА..... 34

Гаврилкова Е.А.

АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ «СЕМЬЯ» ПО РЕЗУЛЬТАТАМ
СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА
СРЕДИ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА..... 38

КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКА

Лан Жуй

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА В РУССКОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ..... 43

Машкова Г.П.

РЕЧЕВАЯ СТРАТЕГИЯ ДЕМОНИЗАЦИИ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ В.П. АСТАФЬЕВА
(НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИЦИСТИКИ И ЭПИСТОЛЯРНОГО НАСЛЕДИЯ ПИСАТЕЛЯ)..... 49

Серова А.Н.

МАНИПУЛЯТИВНАЯ ТАКТИКА ДОМИНИРОВАНИЯ
В РЕЧИ ГЕРОЯ РОМАНА И. ИЛЬФА И Е. ПЕТРОВА «ДВЕНАДЦАТЬ СТУЛЬЕВ»..... 53

Шрайнер Я.В.

ЯЗЫК КАК МАРКЕР ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ:
КОГНИТИВНЫЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ У МНОГОЯЗЫЧНЫХ ЛЮДЕЙ..... 58

ЯЗЫК ПИСАТЕЛЯ И ВОПРОСЫ МЕТОДИКИ ЛИТЕРАТУРЫ

Моцаренко М.В.

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ТЕМЫ ВОЕННОГО ДЕТСТВА НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРЫ В ШКОЛЕ:
ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ МЕТОДИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ..... 63

Левкова П.Н.

МЕТАФОРИКА ЗОЛОТА В РУССКИХ ПОЭТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ И БРЕНДИНГЕ 67

ВОПРОСЫ МЕТОДИКИ РУССКОГО ЯЗЫКА И РКИ

Аксенов Ю.А.

СТРУКТУРНЫЕ ТИПЫ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕМАХ УРОВНЕЙ А1 И А2 72

Потылицына Д.С.

ТЕКСТ КАК СРЕДСТВО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ-ФИЛОЛОГОВ..... 75

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ..... 79

СВЕДЕНИЯ О НАУЧНЫХ РУКОВОДИТЕЛЯХ..... 80

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ЯЗЫКЕ:
ИСТОРИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

ИНОЯЗЫЧНЫЕ МОРФЕМЫ В СТРУКТУРЕ РУССКИХ НЕОЛОГИЗМОВ: ЛИНГВОКРЕАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ TELEGRAM)

FOREIGN-LANGUAGE MORPHEMES IN THE STRUCTURE OF RUSSIAN NEOLOGISMS: LINGUISTIC AND CREATIVE ACTIVITY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT (USING TELEGRAM AS AN EXAMPLE)

А.В. Важенина

A.V. Vazhenina

Научный руководитель А.Д. Васильев
Scientific adviser A.D. Vasilyev

Ключевые слова: языковая картина мира, неологизмы, иноязычные морфемы, заимствование, телеграм-каналы, словообразование, цифровой дискурс, лингвометодика.

Аннотация. Неологизмы – системное и многоаспектное явление, круг их постоянно меняется, уточняется и расширяется, поэтому нуждается в постоянном наблюдении, изучении и лексикографическом описании. В статье рассматривается процесс репрезентации динамических изменений в русской и языковой картине мира через призму неологизации в цифровой среде. На материале русскоязычных Telegram-каналов анализируются механизмы образования и адаптации неологизмов с иноязычными морфемами, выявляются их продуктивные словообразовательные модели и семантические трансформации.

Keywords: *linguistic picture of the world, neologisms, foreign-language morphemes, borrowing, Telegram channels, word formation, digital discourse, linguistic methodology.*

Abstract. Neologisms are a systemic and multidimensional phenomenon, their range is constantly changing, being refined and expanded, therefore it needs constant observation, study and lexicographic description. The article examines the process of representing dynamic changes in the Russian and linguistic worldview through the prism of neologization in the digital environment. Based on the material of Russian-language Telegram channels, the mechanisms of formation and adaptation of neologisms with foreign morphemes are analyzed, their productive word-formation models and semantic transformations are revealed.

Языковая картина мира не является статичным образованием; ее динамика особенно ощутима в периоды интенсивных социально-технологических трансформаций. Современная эпоха характеризуется цифровизацией всех сфер жизни, что находит непосредственное отражение в лексическом составе языка. Русский язык активно пополняется новыми единицами, значительная часть которых образуется с привлечением иноязычного, в первую очередь английского, материала. Социальные сети и мессенджеры, в частности Telegram,

выступают не только каналом проникновения таких неологизмов, но и креативной лабораторией по их созданию и адаптации. Неологизмы, в свою очередь, не просто дублируют иностранные, а активно встраиваются в русскую словообразовательную систему, приобретая специфические коннотации и отражая новые реалии и ценностные ориентации.

Особенностью текущего момента является не столько пассивное заимствование готовых лексем, сколько активное использование иноязычных морфем в качестве строительного материала для создания новых слов непосредственно в рамках русскоязычного дискурса. В социальных сетях и мессенджерах происходят их генерация, апробация и первичная адаптация. Анонимность, высокая скорость коммуникации, ориентация на клиповость и эмоциональность способствуют расцвету языковой игры и словотворчества [Кронгауз, 2021, с. 45].

Анализ материала позволил выделить несколько продуктивных моделей образования неологизмов с иноязычными морфемами.

Наиболее показательной с точки зрения взаимодействия языковых систем является модель гибридного словосложения и аффиксации. В рамках этой модели иноязычная основа комбинируется с русскими аффиксами (префиксами, суффиксами, флексиями) или основами, демонстрируя высокую степень интеграции в русскую морфологическую систему [Лейчик, 2019, с. 112].

Крипто- (crypto-): данный элемент, изначально связанный с понятием шифрования, в современном дискурсе расширил свою семантику. Он породил целый ряд неологизмов.

Криптодроп (crypto + drop) – бесплатная раздача криптовалюты в рекламных или маркетинговых целях. «Проект анонсировал масштабный криптодроп для первых 10 000 подписчиков» (канал «Криптоликбез», пост от 12.10.2025).

Криптокит (crypto + [кошелек] + -ит) – криптовалютный кошелек, или в более широком смысле проект в сфере криптовалют. Наличие суффикса -ит-, характерного для русской речи, подчеркивает адаптацию. «Выбирайте надежный криптокит для хранения активов» (канал «Блокчейн Просто», пост от 05.10.2025).

Хейт- (hate-): эта морфема, обозначающая ненависть, враждебность, стала основой для номинации целого пласта негативных онлайн-явлений.

Хейтерство – деятельность, связанная с распространением ненависти в сети. Суффикс -ств- оформляет абстрактное понятие, характерное для русского словообразования. «Хейтерство стало неотъемлемой частью популярности» (канал «Околomedийное», пост от 18.10.2025).

Оффлайн-хейт – проявление ненависти в реальной жизни, а не в интернете. Слово демонстрирует гибридное сложение двух иноязычных основ, но с ясной для носителя русского языка семантикой.

Флекс- (flex – хвастовство, демонстрация богатства/успеха): отражает культ успеха и самопрезентации, характерный для социальных сетей.

Пофлексить – глагол совершенного вида, образованный с помощью русской приставки по- и суффикса -и-, что полностью вписывает его в парадигму

русских глаголов (ср. похвастать). «Новый айфон купил? Иди пофлексись в сторис» (Канал «Мемасень», комментарий от 02.10.2025).

Флексующий (причастие) – человек, демонстрирующий свой успех.

Суффикс -ер (-er): Этот агентативный суффикс, заимствованный из английского, стал чрезвычайно продуктивным для обозначения лица по роду деятельности, часто связанной с цифровой средой.

Краудер (crowd + -er) – организатор или активный участник краудфандинговых кампаний. «Краудеры собрали рекордную сумму на фильм» (канал «Кино и сериалы», пост от 10.10.2025).

Созер (creator + -er) – создатель контента. Интерес представляет усечение основы [creat] и присоединение суффикса -ер. «Успешный созер знает, как удержать аудиторию» (канал «SMM в дикой природе», пост от 15.10.2025).

Другой продуктивной моделью является фонетико-графическая адаптация, когда многосложное английское слово усекается и обрастает русскими морфемами: пиар(PR) -> пиарить, запиарить, пиарщик.

Мут (от англ. mute) – используется как имя существительное («получить мут») и как глагол («замутить»). «За флуд получил мут на сутки» (чат канала «Подъем», комментарий от 08.04.2024).

Сори/сорян (от англ. sorry) – разговорный, часто неформальный или намеренно ироничный вариант извинения, приобретающий специфическую русскую уменьшительно-ласкательную окраску.

Пруфы (от англ. proof) – доказательства. Множественное число, образованное по модели русского языка, делает слово удобным для синтаксического использования («скинь пруфы»).

Семантическая специализация: слова сужают или смещают свое значение в соответствии с контекстом платформы.

Пост (post) – в английском имеет широкое значение, в русском Telegram-дискурсе чаще всего означает сообщение в канале или блоге.

Агриться (от англ. aggressive) – приходиться в состояние раздражения, гнева во время сетевой дискуссии. В английском это прилагательное, в русском – полноценный глагол с определенной сферой употребления (киберспорт, холивары). «Не агрись, это же просто шутка» (чат игрового канала, комментарий от 11.03.2024).

Telegram как среда, поощряющая языковую игру, является источником уникальных, часто окказиональных образований, которые, однако, могут получать широкое распространение [Шмелева, Шмелев, 2022, с. 98]. Отсюда возникают креативные кальки и окказионализмы.

Дудо-маркетинг (от англ. do-do, игра слов: «to do» – делать, и «doodoo» – детский лепет, нечто бесполезное) – яркий пример креативной кальки, обозначающей неэффективный, бестолковый маркетинг. Этот неологизм не просто называет явление, но и дает ему мгновенную негативную оценку. «Это не стратегия, а чистой воды дудо-маркетинг» ([канал «Маркетинг на кубике», пост от 25.10.2025).

Хайпожор – гибридное образование от «хайп» (hype – ажиотаж) и исконно русского «жрать». Слово образно характеризует человека, который с чрезмерным рвением и без разбора стремится к популярности, «пожирает» хайп. Эмоциональная сила и образность обеспечили этому окказионализму быстрый переход в узус. «Он типичный хайпожор, снялся уже во всех ток-шоу» (канал «Желтая пресса», пост от 10.10.2025).

Этот процесс наглядно демонстрирует, что язык является не пассивным реципиентом, а активной системой, которая «осваивает» внешние элементы, вписывая их в собственную фонетическую, грамматическую и семантическую парадигму.

Через эти механизмы репрезентируются такие концепты, как «цифровая идентичность» (созер, никнейм), «социальное взаимодействие в сети» (хейтерство, мут, флекс), «новая экономика» (криптодроп, краудер). Язык активно ищет и находит средства для вербализации новых явлений.

Заключение. Русскоязычные Telegram-каналы являются репрезентативной площадкой для наблюдения за динамическими процессами в языке и языковой картине мира. Неологизмы с иноязычными морфемами, активно рождающиеся и функционирующие в этой среде, не являются случайным или маргинальным явлением. Они демонстрируют высокую степень адаптации к системе русского языка, выступая эффективным инструментом вербализации новых концептов цифровой эпохи.

Изучение данных процессов значимо не только для теоретической лингвистики, но и для практики преподавания. Интеграция актуального языкового материала в образовательные курсы позволяет продемонстрировать живой, развивающийся характер языка, сформировать у обучающихся навыки критического анализа дискурса и понимания глубинных связей между языком, мышлением и современной социокультурной реальностью.

Библиографический список

1. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. М.: АСТ, 2021.
2. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. М.: ЛКИ, 2019.
3. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот: Текст и речевой жанр. М.: Языки славянской культуры, 2022.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ В РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ПАРЕМИЯХ И ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ

NATIONAL AND CULTURAL TRADITIONS IN RUSSIAN AND CHINESE PROVERBS AND IDIOMS

В.Н. Замыслова
Энижилэ

V.N. Zamyslova
Enizhile

Ключевые слова: *паремии, фразеологизмы, национальные и культурные традиции, национальный менталитет.*

Аннотация. Паремии и фразеологизмы являются неотъемлемой частью любого языка, представляют собой концентрированное выражение народного опыта, мудрости и культурных особенностей. Они служат своего рода «культурными кодами», хранящими и передающими национальный менталитет, ценностные ориентации и исторические традиции. В настоящей статье представлен сравнительно-сопоставительный анализ паремий и фразеологизмов в русском и китайском языках.

Keywords: *paremias, idioms, national and cultural traditions, national mentality.*

Abstract. Paremiology and idioms are an integral part of any language, representing a concentrated expression of popular experience, wisdom, and cultural characteristics. They serve as a kind of ‘cultural code,’ preserving and transmitting national mentality, value orientations, and historical traditions. This article presents a comparative analysis of paremiology and idioms in the Russian and Chinese languages.

Особый интерес для лингвокультурологического изучения представляют языки и культуры, обладающие глубокими историческими корнями и самобытным мировоззрением, такие как русский и китайский. Компаративный анализ паремий и фразеологизмов этих двух языков позволяет выявить как универсальные закономерности человеческого мышления и общечеловеческие ценности, так и уникальные, национально-специфические черты, формируемые под влиянием культурных традиций, истории и географического положения. Из-за возрастающей потребности в эффективной межкультурной коммуникации изучение и сопоставление паремий и фразеологизмов русского и китайского народов приобретают особую актуальность, способствуют более глубокому пониманию друг друга и преодолению межкультурных барьеров.

Актуальность работы обусловлена недостаточными исследованиями для определения специфики отражения культурных кодов и менталитета русского и китайского народов через сопоставление образной системы и тематического содержания их паремий и фразеологизмов.

Цель исследования – выявление, анализ и сопоставление национальных и культурных традиций, заложенных в русских и китайских паремиях и фразеологизмах, для определения их роли в формировании национального менталитета и межкультурной коммуникации.

Лингвистическим объектом исследования стали поговорки и фразеологизмы русского и китайского языков.

В русских и китайских поговорках и фразеологизмах находят отражение как универсальные общечеловеческие ценности (труд, семья, дружба), так и ярко выраженные национально-специфические традиции (например, коллективизм и конфуцианские ценности в Китае; представление о Родине, природе и социальном устройстве в России). Сравнительный анализ образной системы и символики русских и китайских поговорок и фразеологизмов демонстрирует как общие закономерности мировосприятия, так и национально-культурные различия, связанные с историческим опытом, фольклором и философскими воззрениями. Владение поговорками и фразеологизмами, понимание их культурного подтекста являются важным фактором успешной межкультурной коммуникации и необходимым условием для формирования межкультурной компетенции.

В ходе исследования было проанализировано 50 чэньюй (в китайском языке имеются идиоматические выражения, близкие к русским пословицам и поговоркам, они называются чэньюй 成语 (chengyu) – в переводе означает «готовое выражение»), для каждого выражения была сделана попытка поиска аналога в русском языке и сделан вывод относительно его наличия. Основу чэньюй составляют выражения, оставшиеся от вэньяня 文言 (wenyan) – древнекитайского письменного языка. Но язык вэньянь мало похож на современный китайский язык. Понять смысл многих чэньюй путем осмысления составляющих их иероглифов бывает весьма затруднительно даже для китайцев, поэтому знание древних чэньюй является в Китае признаком образованности [Арекеева, 2020, с. 21–29]. Чэньюй наиболее распространенный тип в системе китайской фразеологии и поговорковедения.

Говоря об особенностях фразеологизмов в китайском языке, следует отметить, что классификация фразеологизмов в китайском языке далеко не так однозначно систематизирована, как в русском.

Имеют место следующие виды фразеологизмов в китайском языке: 成语 Чэньюй, 古语 Гую, 常言 changyan, 谚语 yaoyan, 谚语 Янью, 格言 geyan, 惯用语 guanyongyu, 习语 Чу, 习用语 xiyongyu, 熟语 shuyu, 俗语 suhua, 俗语 сую, 俚语 Лию, 歇后语 xiehouyu, 缩脚语 suojiaoyu, 俏皮话 qiaorihua и другие [Sun, 1992, с. 2].

Китайская фразеология большинством специалистов обозначается только 成语 чэньюй, которые представляют собой фиксированные фразы (чаще всего состоящие из четырех символов), составленные по правилам классического китайского языка. Чэньюй сегодня воспринимается как семантически монолитное сочетание, имеет переданное значение и в предложении функционирует как отдельный член предложения. От чэньюй иногда специально выделяют фразеологические группы:

- высказывания поговороческого характера;
- крылатые лозунги;
- литературные клише или литературные цитаты (так называемые Диан-диангу [Цао, 2003, с. 70].

В настоящее время в китайском языке уже есть свой собственный термин для обозначения фразеологии (熟语), и этот термин используется в современных работах китайских лингвистов и зарубежных специалистов.

Цао выделяет следующие типы фразеологизмов:

1) чэньюй – фразеологизм, как правило, четырехэлементной структуры; готовые выражения (например, 脚踏实地 – стоять ногами на твердой (настоящей) почве; 不三不四 – ни рыба ни рак – ни то ни другое);

2) второй тип – это идиома или идиоматическое выражение. Это фраза описательного характера, в отличие от чэньюй, она ничего не «рассказывает» и не может быть предложением сама по себе, а только членом предложения. Количество символов может не отличаться от чэньюй, которое обычно состоит из четырех символов, хотя очень часто в качестве типичных примеров приводятся трехсимвольные сочетания (например, 替罪羊 – козел отпущения; 长舌妇 – сплетница);

3) третий тип (谚语 Янью) – афоризм, высказывание на первый взгляд может не отличаться от чэньюй по количеству символов, но обычно фразеологизмы, содержащие 5 и более символов, считаются янью, другие критерии не принимаются во внимание, главное – количество иероглифов (吃软不吃硬 – один хуже другого – чем дальше, тем хуже; один тиран хуже другого). Даже устойчивые буквы, состоящие из четырех иероглифов, могут считаться янью (量入为出 – тратить ровно столько, сколько зарабатываю, – жить по средствам; 官官相护 – рука руку моет; 事在人为 – держать все в своих руках, все в руках человека);

4) преуменьшение – это особый вид фразеологизма, структура которого состоит из двух частей, первая часть – искажение смысла, вторая – его объяснение (например, 才丁一窗窗一一 – раскрывать карты; говорить без утайки; 司马昭之心 路人皆知 – хорошо известная тайна, секрет полишинеля; 才苗哭老鼠一一假慈悲 – ложное сожаление – крокодиловы слезы, притворное сострадание или доброжелательность).

В результате сравнительно-сопоставительного анализа русских и китайских паремий и фразеологизмов было обнаружено следующее: большинство высказываний в китайском языке нашли аналог в русском языке, доля таких чэньюй составила 42 % (老乡见老乡, 两眼泪汪汪 (lǎo xiāng jiàn lǎo xiāng, liǎng yǎn lèi wāng wāng): Когда односельчане видят друг друга, у них обоих слезы на глазах – Рыбак рыбака видит издалека; 人不可貌相, 人不可貌相, (rén bù kě tài xiāng , hī shuí bù kě d?u lánɡ): Люди не могут быть судимы по их внешнему виду, так же как море не может быть измерено – Встречают по одежке, а провожают по уму); частичное совпадение занимает долю в 34 % (饱带饥粮, 晴带雨伞 (bǎo dài jī lánɡ, qínɡ dài yǔ sǎn): Когда вы сыты, принесите еду. Когда будет солнечно, возьмите с собой зонтик – Готовь сани летом, а телегу зимой; 不怕山高, 不怕山高 (bú pà shān gāo, jù pà jiǎo ru k): Вы не боитесь высоких гор, вы боитесь слабых ног» – «Дорогу осилит идущий»; китайские высказывания, которых нет в русском языке, составляют 24 % (人穷志不穷 (rén qióng zhì bù qióng): Люди бедны, но их амбиции бесконечны; 驴唇不对马嘴 (lǘ chún bú duì mǎ zuǐ): Губы осла не совпадают с ртом лошади).

Паремии и фразеологические единицы были рассмотрены с семантической точки зрения. Обнаружены общие признаки в китайских и русских поговорах и поговорках, выражающиеся в следующем: в подавляющем большинстве поговорок прослеживается положительное отношение к семье и браку; одиночество, бессемейность расцениваются как негативное, нежелательное состояние человека: 少年夫妻老来伴. – Супруги, поженившиеся в молодости, в старости – главные спутники друг другу; 有缘千里来相会, 无缘对面不相逢. – Если есть судьба – и за тысячу ли встретятся, если нет судьбы – и напротив сидя не встретятся. Уважение к старости, сравнение молодости и старости с преимуществом старшего возраста: 青春不努力, 老年徒伤悲 – Учись смолоду, а то в старости заплачешься; 活到老年, 学到老年 – Живи до старости, учись до старости; 吃得好, 穿得好, 不如两口白头到老 – Ешьте хорошо, тепло одевайтесь, тогда доживете до седых волос. Большое значение отводится дружбе (Друзья познаются в беде – 患难见真情: Истинная дружба познается в беде), любви (На что и клад, коли в семье лад – 家和万事兴: – Когда в семье гармония – все дела процветают), доверию (Доверяй, но проверяй – 人无信不立: Человек без доверия (к нему) не устоит), сотрудничеству (Берись дружно, не будет грузно. Ум хорошо, а два лучше – 众人拾柴火焰高»: Когда много людей собирают хворост, пламя разгорается высоко), отношениям с соседями (Близкий сосед лучше дальней родни – 远亲不如近邻»: – Дальний родственник хуже близкого соседа), поведению людей в коммуникации (Не рой другому яму, сам в нее попадешь – 己所不欲, 勿施于人: Чего не желаешь себе, того не делай другим; Со своим уставом в чужой монастырь не ходят – 入乡随俗: Въезжая в деревню, следуй ее обычаям).

Традиции в культуре китайского и русского народов охватывают практически все сферы жизни человека вне зависимости от его национальной принадлежности. В русском языке паремии и фразеологизмы отличаются большей эмоциональностью, но высказывания в китайском языке отличаются большей метафоричностью. Философской основой китайских пословиц является Конфуцианство, а русских – христианство: отражаются такие понятия, как «жалость», «сострадание», «терпение».

Библиотический список

1. Арекеева Ю.Е. Чэньюй в системе китайской фразеологии и паремиологии // Евразийский гуманитарный журнал. 2020. № 1. С. 21–29.
2. Цао Юнцзе. Фразеологизмы как наследие культуры (на материале русского и китайского языков): дис. ... канд. культурологии. М., 2003. 207 с.
3. Sun Peiqing 孫培青 (1992). «Shishuo 師說», in Zhongguo da baike quanshu 中國大百科全書, Vol. Jiaoyu 教育 (Beijing/Shanghai: Zhongguo da baike quanshu chubanshe).

ПАРАДИГМЫ В ЛИНГВИСТИКЕ: КРАТКИЙ ОБЗОР

PARADIGMS IN LINGUISTICS: A BRIEF OVERVIEW

А.Е. Уфимцев

A.E. Ufimtsev

Ключевые слова: *парадигма, смена парадигм, антропоцентрическая парадигма, антропоцентризм, системно-структурная парадигма, системный структурализм.*

Аннотация. Цель исследования: краткое обзорное осмысление точек зрения ученых относительно парадигм в лингвистике. Методы исследования: индуктивный, сравнительно-сопоставительный. Сделаны выводы: в науке нет единства мнений относительно количества парадигм и их состава; среди называемых учеными парадигм обязательно присутствуют или системно-структурная, или антропоцентрическая, или и та и другая парадигмы.

Keywords: *paradigm, paradigm shift, anthropocentric paradigm, anthropocentrism, system-structural paradigm, system structuralism.*

Abstract. Purpose of the study: a brief overview of the points of view of scientists regarding paradigms in linguistics. Research methods: inductive, comparative. The author came to the conclusion: in science there is no consensus regarding paradigms; Among the paradigms called by scientists, there are necessarily either system-structural, or anthropocentric, or both paradigms.

В настоящее время в науке нет единства мнений относительно ряда парадигмальных вопросов в языкознании. Необходимость разрешения накопившихся противоречий очевидна. Данное исследование призвано разрешить назревшие вопросы.

Парадигма в науке – это ее фундамент, исходная система координат для любых дальнейших исследований. Соответственно, зыбкость этого фундамента, нечеткость системы координат сделают дальнейшие исследования неопределенными и даже невнятными. Возможно, именно поэтому гуманитарные науки «слабятся» своей аморфностью и нелогичностью в глазах обывателя – в отличие от, казалось бы, четких, ясных и предельно логичных точных наук. Заметим, что это мнение является ошибочным – так, в математике знание начинается с веры: на основе принятых на веру предельно конкретных недоказуемых положений (аксиом Евклида) построена наука, требующая высшего вида мышления – абстрактного.

О значимости веры в лингвистике говорит Е.С. Кубрякова: «...принятие постулатов определенной парадигмы и следование ее предписаниям означает для отдельно взятого ученого возможность согласиться с целым рядом теоретических допущений об объекте и его свойствах без особых доказательств, т.е. принимая их на веру» [Кубрякова, 1995, с. 166].

Итак, четкость фундамента науки является неоспоримо значимой.

Сколько же парадигм в лингвистике? Мнения ученых разнятся. Так, В.М. Алпатов пишет, что основных парадигм две, а М.Ч. Чеерчиев – четыре [Чеерчиев, 2024]. В.М. Алпатов последовательно осмысливает генетические истоки противостояния системно-структурного и антропоцентрического подходов,

идушие еще с античных времен [Алпатов; 2016; 2018]; исследователь отмечает: «Один из вечных споров в истории языкознания заключается в том, как рассматривать объект данной науки: как систему правил или как человеческую деятельность» [Алпатов, 2018, с. 202].

Е.С. Кубрякова в качестве основных указывает три парадигмы: антропоцентрическую, функциональную и когнитивную [Кубрякова 1995, с. 207]. В более поздней публикации Е.С. Кубрякова, осмысливая парадигмы в лингвистике XX в., называет четыре парадигмы: структурализм, генеративизм, когнитивизм и неофункционализм [Кубрякова, 2008, с. 8].

Ю.Н. Караулов пишет о четырех парадигмах в истории языкознания: историческая, психологическая, системно-структурная, социальная, – и отмечает, что «каждая последующая в крайнем своем выражении отрицала предыдущую» [Караулов, 2010, с. 14]. Ученый пишет: данные парадигмы берут начало в фундаментальных свойствах языка – «и с т о р и ч е с к и обусловленном характере развития, п с и х и ч е с к о й природе, с и с т е м н о - с т р у к т у р н ы х основах его устройства, социально обусловленном характере возникновения и употребления» (р а з р ы д к а авторская) [Караулов, 2010, с. 15].

Ц.Ц. Огдонова называет три парадигмы в развитии лингвистической мысли: сравнительно-историческую, системно-структурную и антропоцентрическую [Огдонова, 2010а, с. 47–48]; того же мнения придерживаются и другие исследователи: Д.С. Коршунов [Коршунов, 2015, с. 64], Л.Г. Юсупова [Юсупова, 2020, с. 97].

В.Д. Табанакова тоже считает, что парадигм в лингвистике три, но состав их иной: структурная, коммуникативная и когнитивная [Табанакова, 2017, с. 49]; совместно с Н.В. Дрожжих и Л.Г. Федюченко она развивает эти идеи далее [Дрожжих, Табанакова, Федюченко, 2023, с. 84].

С.А. Питина основными в истории языкознания называет три парадигмы: компаративизм, структурализм и полипарадигмальность [Питина, 2013, с. 35].

В.И. Постовалова описывает три подхода к изучению языка: имманентно-семиотический, имманентно-антропологический и трансцендентно-религиозный [Постовалова, 2016, с. 64–71; 2017, с. 27–29]. По сути, имманентно-семиотический подход соответствует системно-структурной парадигме, имманентно-антропологический – антропоцентрической, а трансцендентно-религиозный – антропокосмической, теoантропологической и предлагаемой В.И. Постоваловой теoантропокосмической парадигмам. Ученый пишет: «Внутри каждого из этих подходов формируются свои парадигмы, сквозь призму которых в данных направлениях и представляется лингвистическая реальность» [Постовалова, 2016, с. 65]. В.И. Постовалова понимает эти три направления как «программные установки лингвофилософской мысли» [Постовалова, 2017, с. 27], как «ступени на пути достижения более полного осмысления языка» [Постовалова, 2016, с. 74], при этом первой ступенью является имманентно-семиотический подход, промежуточной ступенью – имманентно-антропологический

подход, и завершающей – трансцендентно-религиозный, имеющий два варианта разрешения: катафатический, понимаемый как пребывание внутри теории, и апофатический, предполагающий прямое общение с Богом [Постовалова, 2016, с. 74–75]. По сути, исследователь говорит о линейной смене парадигм и о грядущем увеличении значимости духовной составляющей языка.

Как отмечает Т.Н. Хомутова, «традиционно выделяют три научные парадигмы: сравнительно-историческую, системно-структурную и антропоцентрическую» [Хомутова, 2009, с. 144]. Осмысливая позицию Т.Н. Хомутовой в рамках обзорного осмысления парадигм в языкознании, И.Ф. Беляева и Г.Т. Хухуни называют данное деление парадигм «классическим трехчастным» [Беляева, Хухуни, 2020, с. 8–9].

Т.Н. Хомутова развивает идеи В.А. Масловой и предлагает свести четыре парадигмы по Ю.Н. Караулову: историческую, психологическую, системно-структурную и социальную, – «к упомянутым выше трем традиционным парадигмам лингвистического знания, по В.А. Масловой, путем объединения психологической и социальной парадигм в антропоцентрическую» [Хомутова, 2009, с. 145]. Отметим, что И.Ф. Беляева и Г.Т. Хухуни не согласны с данной позицией по хронологическим причинам: по мнению ученых, более ранняя теория не может быть сведена к более поздней [Беляева, Хухуни, 2020, с. 8–9].

И.Ф. Беляева и Г.Т. Хухуни объясняют отсутствие единства понимания парадигм сложным характером развития науки о языке в XX в. [Беляева, Хухуни, 2020, с. 11]. Ученые делают вывод: классическая трехчастная схема, «будучи, несомненно, весьма удобной в практическом плане и имея под собой определенные основания, тем не менее несколько упрощает реальное положение вещей (впрочем, это относится, вероятно, к любой классификации, особенно в сфере гуманитарного знания)» [Беляева, Хухуни, 2020, с. 11]. По мнению исследователей, историческая парадигма (в понимании Ю.Н. Караулова) вбирает в себя традиционно выделяемую сравнительно-историческую, а само деление на парадигмы является достаточно условным [Беляева, Хухуни, 2020, с. 11–12].

Н.В. Пятаева описывает движение научной мысли от трех парадигм XIX–XX вв.: имманентно-семиологической (язык как система), антропологической (язык в контексте человеческого бытия) и теoантропокосмической (трансцендентальной) [Пятаева, 2018, с. 4] – к новой парадигме XXI в. Развивая идеи Е.В. Рахилиной и В.М. Алпатова, она характеризует новую парадигму как накладывающуюся «на уже существующие парадигмы – сравнительно-историческую, системно-структурную, типологическую и функционально-коммуникативную» [Пятаева, 2018, с. 7] и состоящую из «двух равнозначных и взаимосвязанных направлений – *антропоцентрической* и *системоцентрической* лингвистики» (*выделено* автором) [Пятаева, 2018, с. 8]. Н.В. Пятаева отмечает: эти подходы принципиально противоположны, но не отрицают, а дополняют друг друга [Пятаева, 2018, с. 10] и могут сочетаться в рамках одного исследования [Пятаева, 2018, с. 79; с. 173], позволяя по-новому взглянуть на язык [Пятаева, 2018, с. 112].

Мы можем констатировать: в науке нет единства мнений относительно количества парадигм. Разнятся и количество парадигм, и сами парадигмы; разные ученые называют разные парадигмы. Однако отметим, что среди называемых учеными парадигм обязательно присутствуют или системно-структурная, или антропоцентрическая, или и та и другая парадигмы.

Библиографический список

1. Алпатов В.М. Два подхода к изучению языка // История и современность. 2016. № 1 (23). С. 198–220. EDN WAYDFZ.
2. Алпатов В.М. Об антропоцентричном и системоцентричном подходах к языку // Вопросы языкознания. 1993. № 3. С. 15–26.
3. Алпатов В.М. Язык – система правил и язык – деятельность // Историческая психология и социология истории. 2018. Т. 11, № 2. С. 202–220. DOI: 10.30884/ipsi/2018.02.09. EDN: EQZTET
4. Беляева И.Ф., Хухуни Г.Т. Историческое, социальное и структурное в лингвистике XX в.: к вопросу о парадигматическом подходе к истории языкознания // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Лингвистика. 2020. № 3. С. 6–14. DOI: 10.18384/2310-712X-2020-3-6-14. EDN: ZQRKVG
5. Дрожащих Н.В., Табанакова В.Д., Федюченко Л.Г. Функциональный потенциал термина в интегрировании научного лингвистического знания // Функциональный поворот в лингвистических исследованиях. Тюмень: ТюмГУ-Press, 2023. Гл. 3. С. 82–99. EDN: DIZCME
6. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.
7. Коршунов Д.С. Система языка и парадигмы языкознания: проблемы соответствия // Вестник Череповецкого государственного университета. 2015. № 8 (69). С. 63–67. EDN: VAVMIR
8. Кубрякова Е.С. Понятие «парадигма» в лингвистике: Введение // Парадигмы научного знания в современной лингвистике: сб. науч. тр. / Центр гуманитарных научно-информационных исследований, Отдел языкознания; редколл.: Е.С. Кубрякова, Л.Г. Лузина. М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2008. С. 4–14. EDN: MWMQBV
9. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX в. (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX в. М.: Институт языкознания РАН, 1995. С. 144–238.
10. Огдонова Ц.Ц. Научная парадигма как ключевое понятие современной науки о языке // Вестник Бурятского государственного университета. 2010. № 10. С. 43–49. EDN: ZTUDCZ
11. Питина С.А. Когнитивная лингвистика и смежные лингвистические науки о взаимодействии языка и мышления // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 24 (315). С. 35–37. EDN: RGTJIP

12. Постовалова В.И. Лингвистическая реальность и пути ее постижения (восхождение к интегральным парадигмам) // *Метафизика*. 2016. № 4 (22). С. 59–77. EDN: YSLZAB
13. Постовалова В.И. Фердинанд де Соссюр и его значение в становлении лингвофилософской мысли XX–XXI веков // *Критика и семиотика*. 2017. № 1. С. 25–68. EDN: ZQKUNP
14. Пятаева Н.В. Антропоцентрический и синергетический принципы лингвистики в динамическом исследовании лексических гнезд. 2-е изд. испр. и доп. М.: ФЛИНТА, 2018. 212 с. EDN: PJPCMR
15. Табанакова В.Д. Лингвистическое образование на фоне смены научных парадигм // *Образование и наука*. 2017. Т. 19, № 7. С. 41–59. DOI: 10.17853/1994-5639-2017-7-41-59. EDN: ZFCGRJ.
16. Хомутова Т.Н. Научные парадигмы в лингвистике // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2009. № 35 (172). С. 142–151. EDN: LADOLZ
17. Чеерчиев М.Ч. К вопросу о смене парадигм в языкознании // *Мир науки, культуры, образования*. 2024. № 4 (107). С. 451–453. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-4107-451-453. EDN: RDHMKD
18. Юсупова Л.Г. Антропоцентрические установки в лингвистических исследованиях // *Казанская наука*. 2020. № 3. С. 96–98. EDN: MAUECO

ЭВОЛЮЦИЯ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА «ДОНОС» В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

EVOLUTION OF THE MEANING OF THE WORD “DONOS” IN RUSSIAN LINGUOCULTURE

М.В. Шибаетов
А.В. Кипчатова

M.V. Shibaev
A.V. Kipchatova

Ключевые слова: *донос, доносчик, мифотворчество, диахроническая семантика, идеологема.*

Аннотация. В докладе рассматривается семантика слова «донос» в диахронии, дается оценка функционирования языковой единицы в русской лингвокультуре.

Keywords: *denunciation, informer, myth-making, diachronic semantics, ideologeme.*

Abstract. The report examines the diachronic semantics of the word ‘donos’ (denunciation) and evaluates the functioning of the linguistic unit within Russian linguistic culture.

Перестройка ознаменовала начало качественно нового этапа в жизни российского общества, когда одни мифы («правильные» и «демократические») начали заменять собой другие («плохие» и «тоталитарные»). Одним из примеров такого мифотворчества стал миф о том, что советские граждане массово друг на друга доносили, кто – по принуждению режима, кто – из корыстных соображений, а кто – по велению сердца или просто вследствие генетической предрасположенности. Последнее, к сожалению, не шутка. Писатель В. Шаламов пишет, что он увидел «неудержимую склонность русского человека к доносу, к жалобе» [Цит. по: Лебедев, 2007], что «канонический, классический «ближний» не облегчит твою душу, а сорок раз продаст тебя начальству: за окурок или по своей должности стукача и сексота, а то и просто ни за что – по-русски» [Шаламов]. Тезису о поголовности доносительства заунывно вторит поэт И. Бродский в стихотворении «Представление»: «Входят строем пионеры, кто – с моделью из фанеры, / Кто – с написанным вручную содержательным доносом» [Бродский], а писатель С. Довлатов патетически вопрошает на фоне: «Мы без конца ругаем товарища Сталина, и, разумеется, за дело. И все-таки я хочу спросить: кто написал четыре миллиона доносов? Ведь не Сталин же лично?» [Довлатов].

Принятие этого мифа и связанное с этим осуждение культуры жалоб вкупе с популяризацией блатной романтики, для которой всякое сотрудничество с властью – «западло», способствовали усилению уже существующей в российском обществе маргинализации феномена сообщения власти о случаях нарушения закона. Деструктивна ли такая тенденция? На наш взгляд, да. Стремление к правовому обществу подразумевает необходимость соучастия граждан в процессе правоохранительной деятельности. Так, например, для добропорядочных бюргеров общеупотребительность «доносов» – часть гражданской культуры, элемент, во многом способствующий реализации принципа неотвратимости наказания за противоправную деятельность.

Осуждение сообщения о нарушении закона в современном русском правосознании, впрочем, не является последовательным и системным и касается по большей части только таких нарушений, которые не затрагивают личные интересы осуждающего. Наиболее ярко в настоящий момент практика осуждения доносительства проявляется в отношении экстремистских правонарушений и преступлений, потенциальная общественная опасность которых зачастую неочевидна для обыденного правосознания.

Вышеобозначенные процессы и явления значимы для нас в контексте идеологизации лексем «донос» и «доносчик», окончательно переродившихся в настоящее скорее в идеологемы и пропагандистский жупел.

Впрочем, мы немного забегаем вперед. Попробуем для начала обратиться к истории употребления слова «донос».

Впервые толкование этого слова встречается в «Словаре Академии Российской» конца XVIII в.: «Оговоръ. Донось, обвиненіе кого въ соучастии какого либо преступленія» [САР, 1790]. Эта дефиниция фокусирует внимание читателя на таком смысловом компоненте, как «противоправность предмета доноса» и информирующем функциональном предназначении. Спустя век В.И. Даль дополняет дефиницию компонентом «предмет доноса не затрагивает интересы доносчика» («Донось, доводъ на кого, не жалоба за себя, а объявленье о какихъ либо незаконныхъ поступкахъ другаго; извѣтъ» [Даль, 1863]), а также упоминает «донощика» (он же «докащикъ», «доводчикъ») как субъекта доноса и обогащает понимание примерами устойчивых выражений («*Донощику первый кнут, от товарищей, за донось, либо отъ начальства, за неисправность*», «*Донощикъ – что переводчик: надобенъ на часъ, а тамъ, не знай насъ!*», «*Докащику первая мука (первый кнутъ), коли обманеть или не докажетъ доноса*», «*Жена на мужа не докащица (не послухъ)*», «*Холоп на господина не докащикъ*» [Даль, 1863]).

Еще интереснее обстоят дела с лексемой «донос» в первом советском толковом словаре под редакцией Д.Н. Ушакова, который, как известно, создавался не только для фиксации смыслов из речевой практики граждан, но и должен был реализовывать нормотворческую функцию в области идеологии. М.И. Шапир отмечает существенные отличия в дефинициях первого (1934) и второго (1935) изданий: «Два текста, отпечатанные с промежутком в девять месяцев, не имеют ничего общего ни в толковании слова, ни в иллюстративном материале» [Шапир, 2006, с. 485], «По версии 1934 г. донос есть “тайное сообщение кому-н., обладающему властью, о чьих-н. преступных действиях или замыслах”» [Шапир, 2006, с. 485], «В 1935 г. объем словарной статьи вырос в два с половиной раза, а содержание изменилось до неузнаваемости. Теперь донос – это «орудие борьбы буржуазно черносотенной реакции против революционного движения – сообщение царскому или другому реакционному правительству» [Шапир, 2006, с. 485–486]. Мы склонны согласиться с трактовкой автором сущности этих правок: «Как можно называть доносом сообщение кому-нибудь, наделенному властью, о чьих-нибудь преступных действиях и замыслах? Не кому-нибудь, а только реакционному правительству, и не о чьей-нибудь, а только о революционной деятельности.

На контрреволюционеров донести нельзя; их можно лишь разоблачить» [Шапир, 2006, с. 486]. Дефиниция первого издания важна смысловыми акцентами на наличии властных полномочий у адресата доноса и тайности действия, дефиниция второго, несмотря на очевидную идеологизированность (донос – это когда «чужие» жалуются на «наших»), значима указанием на инструментальный характер доносительства, его способность выступать средством борьбы с кем-либо.

Более поздние лексикографические источники не приносят ничего существенно нового в определение слова «донос».

– «Тайное обвинительное сообщение представителю власти, начальнику о чьей-н. деятельности, поступках» [Ожегов, Шведова, 1997].

– «Тайное сообщение властям, начальству, содержащее обвинение кого-л. в чем-л.» [МАС, 1999].

– «Тайное сообщение представителю власти или начальнику, содержащее обвинение кого-либо в чем-либо» [Ефремова, 2006].

– «Тайное сообщение властям, начальству, содержащее обвинение кого-л. в чем-л.» [Кузнецов, 2008].

Соответствуют ли такие дефиниции существующей на текущий момент практике употребления лексемы? Нам представляется, что нет. Во-первых, регулярность обозначения словом «доносчик» лиц, которые не скрывают своей причастности к написанию доносов, подразумевает неактуальность компонента «тайное» (см., напр.: «По подсчетам «Верстки», глава «Лиги безопасного интернета» написала 318 доносов на блогеров, музыкантов и других публичных людей» (из статьи признанного иноагентом СМИ «Deutsche Welle»), «Иногда доносчики публично обличают своих жертв, но чаще – пишут секретные доносы под чужим именем» (из статьи признанного нежелательным в России СМИ «Русская служба ВВС»), «В результате публичных доносов было возбуждено не менее 30 уголовных дел. Еще 15 человек записывали извинения на камеру – чаще всего после обращений Мизулиной» (из статьи признанного нежелательным в России СМИ «Новая газета Европа»). Во-вторых, к настоящему времени слова «донос» и «доносчик» употребляются практически исключительно в контексте таких действий, которые носителем власти признаются заслуживающими наказания, но говорящим таковыми не признаются. Переформулируя, можно сказать: «донос» – это когда кто-то жалуется на совершение преступления, общественную опасность которого лично я отрицаю.

Выводы из вышесказанного нам представляются следующими. В настоящее время использование слов «донос» и «доносчик» зачастую маркирует нелояльность к существующему общественно-политическому режиму, выступает средством морального осуждения форм взаимодействия с властью и симптомом незрелого правосознания, а актуальное значение слова «донос» может быть определено как «сообщение представителю власти или начальнику, содержащее обвинение кого-либо в чем-то, что адресатом сообщения признается заслуживающим наказания, а говорящим – не признается».

Библиографический список

1. Бродский И.А. Представление [Электронный ресурс] // Стихотворения и поэмы. URL: <https://lib.ru/BRODSKIJ/present.txt>
2. Владимирова Л.В., Бузанова Т.В. Конкуренция лексем *стукач* и *доносчик* в русском языке // Ученые записки Казанского ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2018. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurenciya-leksem-stukach-i-donoschik-v-russkom-yazyke>
3. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. Спб.: Типография Императорской Академии наук, 1863. Т. 1: А–З.
4. Довлатов С.Д. Зона: Записки надзирателя [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.electroniclibrary21.ru/literature/dowlatow/16.shtml>
5. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка: в 3-х т. М., 2006.
6. Кузнецов С.А. Современный толковый словарь русского языка. Спб.: Норинт, 2008.
7. Лебедев В. Падение в пропасть // Лебедь: Независимый бостонский альманах. 2007. 17 июля. № 532. URL: <http://lebed.com/2007/art5050.htm>.
8. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / Российская академия наук. Институт русского языка имени В. В. Виноградова. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1997. 944 с.
9. Словарь Академии Российской: в 6 ч. Ч. 2: Г–З. Спб.: Императорская Академия наук, 1790 [САР].
10. Словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Институт лингвистич. исследований; под ред. А.П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999 [МАС].
11. Шаламов В. В лагере нет виноватых [Электронный ресурс]. URL: <https://shalamov.ru/library/16/17.html>
12. Шапир М.И. Донос: социолингвистический аспект: Игра словами как средство языковой политики // Логический анализ языка: Концептуальные поля игры. М.: Индрик, 2006. С. 483–492.

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ
В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О СЕМЬЕ И ДРУЖБЕ В ЦЕННОСТНОЙ КАРТИНЕ МИРА МЛАДШИХ ПОДРОСТКОВ

IDEAS ABOUT FAMILY AND FRIENDSHIP IN THE VALUE PICTURE OF THE WORLD OF YOUNGER ADOLESCENTS

П.В. Арепьева

P.V. Arepyeva

Научный руководитель С.П. Васильева
Scientific adviser S.P. Vasilyeva

Ключевые слова: *ценностная картина мира, ассоциативный эксперимент, слова-стимулы, аспект.*

Аннотация. Цель статьи – рассмотреть ассоциативные поля *Семья* и *Дружба*, полученные в результате свободного ассоциативного эксперимента. В ходе работы были опрошены пятиклассники и семиклассники и выявлены их реакции на слова-стимулы «семья», «родители», «дом», «друг». Исследование показало, что семья остается ключевой ценностью для обоих возрастов, однако ее восприятие меняется: пятиклассники демонстрируют эмоциональную привязанность, доверие и позитивное восприятие семьи, родителей и дома; семиклассники сохраняют положительное отношение к семье, но у части подростков появляются ассоциации, связанные с напряжением, контролем, непониманием со стороны родителей. Дружба играет важную роль в жизни и пятиклассников, и семиклассников.

Keywords: *value picture of the world, associative experiment, stimulus words, aspect.*

Abstract. The purpose of this article is to explore the associative fields ‘family’ and ‘friendship’ obtained through a free association experiment. Fifth- and seventh-graders were surveyed, and their responses to the stimulus words ‘family,’ ‘parents,’ ‘home,’ ‘friend’ were measured. The study revealed that family remains a key value for both ages, but its perception is changing: fifth-graders demonstrate emotional attachment, trust, and a positive perception of family, parents, and home; seventh-graders maintain a positive attitude toward family, but some adolescents associate it with stress, control, and lack of understanding from parents. Friendship plays an important role in the lives of both fifth- and seventh-graders.

К каждому индивиду присуща своя ценностная картина мира, в том числе и социальным группам, и возрастным. На нее может влиять множество факторов. Центральным фактором выступает семейная среда, т.е. *семья*. Именно в семье закладываются первоосновы мировоззренческих установок подростка, формируются представления о моральных нормах, этических ориентирах и культурных традициях. Существенное влияние на развитие ценностного мировоззрения также оказывают такие институты социализации, как школа, группа сверстников, средства массовой информации и интернет-пространство [Гарец, 2023].

На слово-стимул «родители» среди **пятиклассников** были реакции как с положительной коннотацией, так и с отрицательной. Например, многие видят в родителях людей, которые поддерживают ребенка, любят, являются для него опорой и крепким плечом: *всегда поддержат и помогут, добрые (2), самые близкие (3), забота, всегда рядом.*

Многие дети ассоциируют родителей с нежными, приятными понятиями, которые передают глубокие чувства ребенка, его привязанность и восхищение. Данные реакции говорят о том, что пятиклассники близки с родителями, любят их и чувствуют их любовь по отношению к себе: *любимые (4), родные (2), лучшие (3), люблю, дорогие мне люди, очень хорошие, крутые, друзья.*

У одного пятиклассника из всех опрошенных была отрицательная реакция на это слово-стимул – *вредители: те, кто наносят вред кому-либо или чему-либо* [Ефремова, 1999] – данная ассоциация показывает, что ребенок видит в родителях тех, кто не приносит пользы, не считает их близкими, которые помогут, поддержат и поймут.

У **семиклассников** (через их ассоциации) наблюдаются сложные отношения с родителями. Они уже не понимают своих детей, все реже уделяют им внимание, или же ребенок просто не воспринимает это внимание как благо, поэтому мы видим следующие реакции: *давление (2), не понимают (2), требуют слишком много, контроль (2), хорошие, но строгие, боюсь, добрые, но иногда злятся.*

Наблюдались и положительные ассоциации, что говорит о том, что не у всех детей трудные отношения с родителями. Для некоторых они ассоциируются с поддержкой, защитой, заботой, любовью и хорошими воспоминаниями: *уют и покой (4), поддержка (2), забота, защита, моя поддержка и опора, родные и любимые (3), люди, которые не бросят, взаимопонимание.*

Рассмотрим реакции на слово-стимул «семья». У **пятиклассников** оно вызывает теплые и приятные ассоциации. Можно наблюдать понимание ценности семьи, ее важности и необходимости: *любовь, поддержка, те, кто тебя любят, хорошая (2), родные, близкие люди (2), святые люди (2), главное.*

Для **семиклассников** слово-стимул «семья» сохраняет ассоциации с положительными коннотациями. Для большинства семья все также стоит рядом с такими понятиями, как: *поддержка (4), родные (5), любовь и взаимопонимание (3), благополучие, место, где меня любят, опора, тепло.*

Дети 13 лет продолжают чувствовать себя в семье под защитой, в заботе и любви, данные ответы указывают на то, что у них царят взаимопонимание, благополучие и комфортные отношения с членами семьи. Для многих семья остается важным понятием в жизни: *святое (2), первостепенное, самые важные люди, любимые (2), близкие люди (2).*

Один из опрошенных дал ответ *хоррор квест*. Данную ассоциацию можно считать отрицательной, так как она несет в себе значение чего-то страшного, непредсказуемого, пугающего и держащего в напряжении.

Еще один ответ – *союз (2): тесное единение, связь* [Ефремова, 1999]. В нем мы видим полное понимание термина «семья», ведь оно означает группу людей,

живущих вместе (находящихся в близкой связи). Через нее мы видим, что у семиклассников уже отчетливей прослеживается понимание данного слова-стимула, тогда как другие возрастные группы не давали такого ответа.

Слово-стимул «дом» у **пятиклассников** в основном ассоциируется с местом, где им комфортно и уютно, которое является для них родным: *любимое место (2), уют (4), отдых, рай (2), мне нравится, место, где ты появился и где тебя любят, место, где за нами ухаживают, родное место (3)*.

Для многих людей, как и для младших подростков, дом является местом защиты, поддержки, отдыха и спокойствия: *защита, укрытие, где можно отдохнуть и поспать (2)*.

Интересна реакция *очаг*: употребляется как символ родного дома, семьи (обычно с определениями: свой, семейный, домашний) [Ефремова, 1999]. В этой ассоциации мы снова видим взаимосвязь понятий *дом* и *семья*. Можно сделать вывод, что ребенок считает это место для себя родным, ведь понятие *семейный очаг* известно с древнейших времен, когда огонь был жизненно необходим.

Для **семиклассников** слово-стимул «дом» ассоциируется уже больше с прямым значением (что превышает количество похожих ответов у пяти- и шестиклассников). Многие давали реакции-синонимы к этому понятию, которые не несут в себе ни положительной, ни отрицательной коннотации: *хата, квартира, то, где я живу, дом (2), здание (2), жилье (3)*.

Интересна реакция *Родина (3)*, данное понятие можно рассматривать в двух значениях: 1. Страна, в которой кто-либо родился и истинным гражданином и патриотом которой является [Ефремова, 1999]. Среди семиклассников (детей 13 лет) мы видим результат воспитания и влияния окружения (школы, родителей). 2. Дом, где тебе комфортно, привычно. В русском языке и культуре связь дом – Родина является ключевой.

У семиклассников мы видим уже новую, не встречающуюся у других возрастных групп ассоциацию: *личное пространство (4)*. Для детей это зона комфорта, которую они считают своей и охраняют от других, не впускают посторонних. Подростки создают личные границы для того, чтобы самовыражаться, чувствовать себя защищеннее, иметь свое место, которое можно контролировать.

На слово-стимул «друг» у **пятиклассников** в большинстве случаев прослеживаются реакции, которые характеризуют те качества, которыми должен обладать настоящий друг, или те чувства, которые возникают рядом с другом: *с ним весело, поддержка, верный человек, близкий человек, тот, кому я доверяю секреты, доброта, помощник, уют, с ним хорошо (2)*.

Дружба является неотъемлемой частью жизни человека. С момента начала взаимодействия с социумом дети выбирают себе друзей, которые соответствуют определенным качествам, близким самому ребенку. У пятиклассников наблюдается четкое представление о том, кто такой друг и каким он должен быть.

Нашлись и дети, которые не знают, кто такой друг. Это, возможно, из-за того, что ребенок еще не нашел близкого для себя человека и не состоит ни с кем в доверительных отношениях: *кто это?, не знаю (3), у меня нет*.

В ответах **семиклассников** на слово-стимул «друг» также были реакции, характеризующие качества настоящего друга: *поддержка (2), тот, кто поможет в трудную минуту, доверие, сумасшествие, человек, которому можно довериться, с кем можно поговорить, мой кент, который выйдет погулять, тот, кто тебе поможет, с кем тебе интересно.*

У подростков 13 лет мы ярче видим необходимость в поддержке и доверии со стороны друга, ведь появляются тайны, которые он может рассказать только сверстнику, не взрослому.

Наблюдаются также и реакции, которые характеризуют друга как того, с кем можно поделиться всем: *главный сплетник (2), информационное бюро.*

Ассоциации *дружеская любовь и вторая семья* несут в себе глубокий смысл. Дети, давшие такие ответы, по-настоящему ценят дружбу, любят и уважают своего друга, считают его (или их) близким человеком, таким же, как и семья. Следовательно, у семиклассников понятие о друге выражается более глубокими реакциями, которые передают четкое понимание слова «друг».

Библиографический список

1. Гарец С.А. Становление ценностного мировоззрения современного подростка. 2023. URL: <https://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2023/12/01/statya-na-temu-stanovlenie-tsennostnogo-mirovozzreniya-sovremennogo> (дата обращения: 20.10.25).
2. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка. 2000. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/> (дата обращения: 10.10.2025).

ПОЛЕ КАК ЦЕННОСТЬ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ШКОЛЬНИКОВ КРАСНОЯРСКА (НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО СЛОВАРЯ ШКОЛЬНИКОВ КРАСНОЯРСКА)

FIELD AS A VALUE IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF KRASNOYARSK SCHOOLCHILDREN (BASED ON THE ASSOCIATIVE DICTIONARY OF KRASNOYARSK SCHOOLCHILDREN)

Т.М. Низамутинова

T.M. Nizamutina

Ключевые слова: *психолингвистика, ассоциативный словарь школьника, языковое сознание, ассоциативное поле, ядро языкового сознания, поле.*

Аннотация. Исследование посвящено структурному и семантическому анализу ассоциативного поля *Поле* (от стимула к реакции) с целью выявления особенностей психолингвистического регионального восприятия образа «поле» школьниками города Красноярск на материале ассоциативных полей, зафиксированных в «Ассоциативном словаре школьников города Красноярск» (АСШК). В результате анализа выявлены особенности восприятия образа «поле» школьниками, проведен анализ формально-грамматической структуры единиц ядра, выявлены семантические зоны данного ассоциативного поля.

Keywords: *psycholinguistics, associative dictionary of a schoolchild, linguistic consciousness, associative field, core of linguistic consciousness, field.*

Abstract. This study examines the structural and semantic analysis of the associative field *FIELD* (from stimulus to response) to identify the specific psycholinguistic regional perceptions of the image of 'field' by Krasnoyarsk schoolchildren, using associative fields recorded in the 'Associative Dictionary of Krasnoyarsk Schoolchildren' (ADKS). The analysis revealed the specifics of schoolchildren's perception of the image of 'field', analyzed the formal and grammatical structure of core units, and identified the semantic zones of this associative field.

Материалом для анализа послужили данные «Ассоциативного словаря школьников города Красноярск» (АСШК) [Васильева, Низамутинова, 2023], прямого ассоциативного эксперимента на стимул «поле». Изучены реакции трех возрастных групп учащихся-испытуемых (1 группа – 5–6-е классы; 2 группа – 7–8-е классы; 3 группа – 9–11-е классы; общее количество – 564 чел.). Всего было получено 564 реакции, из них единичных реакций на стимул 196, отказов – 24.

Формальная структура ассоциативного поля *Поле* представлена 380 именами существительными, 63 именами прилагательными, восемью глаголами, семью наречиями, шестью причастиями, семью местоимениями, тремя числительными, одним союзом, пятьюдесятью словосочетаниями и семью предложениями. Результаты формально-грамматической характеристики представлены в табл. 1.

Таблица 1

Части речи	АП <i>Поле</i>			
	5–6-е классы	7–8-е классы	9–11-е классы	Общее количество учащихся
1. Имя существительное	184 (64,78 %)	143 (66,51 %)	53 (81,53 %)	380 (67,4 %)
2. Имя прилагательное	30 (10,56 %)	28 (13,023 %)	5 (7,7 %)	63 (11,17 %)
3. Глагол	3 (1,056 %)	4 (1,86 %)	1 (1,53 %)	8 (1,42 %)
4. Наречие	4 (1,4 %)	3 (1,4 %)	–	7 (1,24 %)
5. Причастие	1 (0,35 %)	4 (1,86 %)	1 (1,53 %)	6 (1,063 %)
6. Местоимение	3 (1,056 %)	4 (1,86 %)	–	7 (1,24 %)
7. Числительное	2 (0,7 %)	1 (0,46 %)	–	3 (0,53 %)
8. Союз	1 (0,35 %)	–	–	1 (0,18 %)
9. Словосочетания	28 (9,9 %)	23 (10,7 %)	6 (9,23 %)	57 (10,1 %)
10. Предложения	6 (2,11 %)	1 (0,47 %)	–	7 (1,24 %)

Имена существительные преобладают, потому что слово «поле» (что?) в русском языке имеет предметное значение, поэтому поле в первую очередь ассоциируется с предметными словами. Формально-грамматическая структура у первой группы – учащихся 5–6-х классов – представлена богатой палитрой частей речи. Этой группе учащихся значительно противопоставлена третья группа испытуемых – 9–11-е классы. У второй группы школьников – учащихся 7–8-х классов – формально-грамматическая структура также отличается разнообразием.

Смысловая структура определяется ядром, околядерной и периферийной зонами. Ядро ассоциативного поля *Поле* составили реакции: чудес (49); боя (37); трава (33); футбольное (22). Сравним набор основных смыслов ассоциативного поля *Поле* с основными значениями толкового словаря русского языка, который дает нам девять основных значений.

ПОЛЕ, -я, мн. -я, -ей, ср.

1. Безлесная равнина, пространство. *Гулять по полю и по полю. На поле и на поле. Ледовое п. (перен.: сплошное пространство льда).*

2. Обрабатываемая под посев земля, участок земли. *Ржаное п. Труженики колхозных полей.*

3. Большая ровная площадка, пространство, специально оборудованное, предназначенное для чего-н. *Футбольное, хоккейное п. Летное п.*

4. Работа, исследовательская деятельность в природных, естественных условиях (спец.) *Геологи летом в п.*

5. Пространство в пределах к-рого проявляется действие каких-н. сил (спец.) *Магнитное п. Силовое п. п. тяготения.*

6. перен., чего или для чего. Область деятельности, поприще. *Обширное п. деятельности.*

7. Основной цвет, фон под узором. *Желтые цветы по голубому полю.*

8. Обычно мн. Чистая полоса вдоль края листа в книге, тетради, рукописи. *Широкие, узкие поля. Заметки на полях.*

9. Обычно мн. Край шляпы, отходящий в сторону или вниз от тульи. *Жесткие, мягкие поля. Шляпа с загнутыми полями [Ожегов, 1989, с. 550].*

Представим ядерную зону ассоциативного поля *Поле* прямого «АСШК» от стимула к реакции, рассмотрев первые пять позиций (табл. 2).

Таблица 2

Ядерная зона АП ПОЛЕ

№	АП ПОЛЕ			
	5–6-е классы	7–8-е классы	9–11-е классы	Общее
1	Трава 22 (7,7 %)	Чудес 23 (10,7 %)	Боя 9 (13,84 %)	Чудес 49 (8,7 %)
2	Чудес 21 (7,4 %)	Футбольное 15 (6,97 %)	Чудес 5 (7,7 %)	Боя 37 (6,56 %)
3	Боя 14 (4,9 %)	Боя 14 (6,5 %)	Луг 4 (6,2 %)	Трава 33 (5,9 %)
4	Луг 13 (4,57 %)	Трава 9 (4,2 %)	Война 4 (6,2 %)	Футбольное 22 (3,9 %)
5	Зрения 9 (3,2 %)	Лес 6 (2,8 %)	Футбол, пшеница 3 (4,6 %)	Луг 18 (3,2 %)

Первую позицию в АП *Поле* у учащихся 5–6-х классов и четвертую у учащихся 7–8-х классов занимает ассоциация *трава*, что соответствует первому значению словаря: поле – это безлесная равнина, хотя на шестой позиции (и эта ассоциация возникает только у учащихся 7–8-х классов) – *лес*. Скорее всего, появление ассоциации *лес* для стимула «поле – безлесная равнина» у учащихся школ Красноярска объясняется проявлением индивидуального и регионального у сибиряков. Россия занимает первое место в мире по площади лесов – около 815 млн гектаров, примерно 20 процентов из них находятся в Красноярском крае.

Слово «трава» в русском языке имеет два основных значения:

ТРАВА, -ы, мн. травы, трав, травам, ж.

1. Небольшое растение с однолетним мягким и тонким зеленым стеблем. Сеяные травы. *Кормовые травы. Сорная т. Лекарственные травы. Косить траву. Как т.* (о чем -н. пресном, не имеющем вкуса; разг.) *Как т. растет* (о ребенке: без всякого присмотра; разг.).

2. Зеленый покров земли из таких растений. *Мять траву. Лежать на траве. Луг покрыт травой* [Ожегов, 1989, с. 804].

Школьники не возделывают поле, для них поле – трава, зеленый покров земли, где ничего не растет, где можно побегать, поиграть в футбол, например. Отсюда реакция – *футбольное* (2-я позиция у 7–8-х классов), футбол (5-я позиция у 9–11-х классов), луг (4-я позиция у 5–6-х классов и 3-я у 9–11-х классов).

Первую позицию в АП *Поле* занимает стимул *чудес* у учащихся 7–8-х классов, у общего количества учащихся 5–11-х классов, вторую позицию – у учащихся 5–6-х и 9–11-х классов. Это может говорить о популярности телевизионной игры «Поле чудес», которую показывают на первом канале на протяжении 35 лет. Реакции *футбольное* и *боя* занимают второе и третье места в ядерной зоне. Наибольшее количество реакций на стимул «поле» – *футбольное* у учащихся 7–8-х классов свидетельствует о популярности данной игры у подростков. Скорее всего, школьники Красноярска играют в футбол на траве, отдают предпочтение

этому виду спорта. Хотя сибирякам больше должен быть интересен хоккей, так как большинство спортивных объектов предназначены для зимних видов спорта. Реакция *боя* занимает первую позицию у учащихся 9–11-классов, вторую – у общего количества школьников, третью позицию у 5–6-х, 7–8-х классов. Популярность данной реакции у школьников может говорить о часто встречающихся в ходе изучения литературы и истории понятиях войны, боя, сражений.

Учитывая большое количество семантических единиц поля, сгруппируем их по тематическому признаку. Традиционно в исследовании ассоциативных полей стимулы, входящие в ассоциативные поля, распределяются по идеографическому принципу на семантические зоны [Васильева и др., 2017, с. 118].

В АП *Поле* выявлено 10 семантических зон.

1. Пространство, используемое для каких-либо действий, 154: чудес 49; боя 37; футбольное 22; футбол 10; война 4; для футбола 3; войны 2; битвы 2; покос 2; драки 1; пошли 1; битвы (сражения) 1; притоптать 1; перекасти 1; перекасти поле 1; для шахмат 1; для оценок 1; надо протоптать 1; мин 1; там сеют растения 1; для лошадей 1; минное 1; полетели 1; где что-то растет 1; баскетбольное 1; битва 1; вспахано 1; спортивное 1; Куликовская битва 1; полетел самолет 1; участок 1; участок земли 1.

2. Природа 104: трава 33; луг 18; цветы 10; лес 10; цветов 9; земля 5; равнина 4; травы 4; поле 4; поля 2; лесок 1; деревья 1; пустыня 1; с цветами 1; русский лес 1.

3. Культура, выращиваемая на поле, 53: пшеницы 15; пшеница 12; кукуруза 4; кукурузы 3; растение 3; пшено 2; пшеничное 2; яблок 1; овес 1; злака 1; рожь 1; овощей 1; там сеют растения 1; зерна 1; засеянное пшеницей 1; одуванчиков 1; картошка 1; маков 1; чая 1.

4. Виды спорта 40: футбольное 22; футбол 10; для футбола 3; для шахмат 1; баскетбол 1; футбольное поле 1; баскетбольное 1; спортивное 1.

5. Аксиологический аспект (оценочные понятия, используемые для характеристики объекта) 25:

а) позитивные характеристики 16: свобода 2; красиво 2; красивое 2; воля 1; релакс 1; френдзона 1; счастья 1; удачи 1; легкость 1; раздолье 1; вне войн 1; добра 1; хорошо 1;

б) негативные характеристики 7: зла 1; горе 1; темнота 1; боли 1; каждый сам за себя 1; фигня, радиации 1; засуха 1;

в) нейтральные характеристики 2: где ничего не растет, кроме травы 1; ничего 1.

6. Цвет 8: зеленое 5; желтое 1; тигровое поле 1; голубое 1.

7. Домашняя деятельность 4: огород, сад 2; скотоводство 1; деревенское 1.

8. Самоидентификация 3: я люблю поле 1; я лежу на поле 1; я была в поле, каждый сам за себя 1.

9. Чистая полоса в тетради, рукописи 3: в тетради 1; тетради 1; ластик 1.

10. Природные явления 1: закат 1.

Весьма интересны и информативны единичные реакции, составляющие периферию ассоциативного поля. Можно утверждать, что основные базовые ментальные и традиционные ценности продолжают существовать: связь с *природой, сельскохозяйственные культуры, выращиваемые на поле, домашняя деятельность* – проявление жизни на селе, в деревне. У учащихся 5–11-х классов четко прослеживаются связь с природой, существование позитивного мира, оценивание мира: *красиво, красивое, счастье, удачи, добра, хорошо*, где происходит самоидентификация: *я лежу на поле, я люблю поле*. Самоидентификация себя характерна для учащихся 5–6-х классов.

В ходе исследования были выявлены семантические зоны ассоциативного поля. Семантическая зона «пространство, используемое для каких-либо действий», занимает первую позицию: *поле чудес, боя, футбольное, покос и др.* – эти реакции указывают на базовые ментальные ценности, а также на проявление индивидуального у сибиряков. Первые три позиции в АП *Поле* занимают семантические зоны «пространство, используемое для каких-либо действий», «природа», «культура, выращиваемая на поле».

Интересно, что у учащихся-сибиряков отсутствует образ ледового поля (перен.: сплошное пространство льда), они предпочитают играть в футбол, баскетбол, хотя есть все условия для игры в хоккей. Реакция *футбольное* занимает ядерную зону общего количества школьников 5–11-х классов, околоядерную зону у испытуемых первой группы (5–6-е классы), ядерную – у испытуемых второй группы (7–8-е классы), околоядерную – у испытуемых третьей группы (9–11-е классы). В словаре Ожегова третье значение – футбольное, хоккейное поле. У учащихся 5–11-х классов школ Красноярска отмечаем реакции: *футбольное, баскетбольное, для шахмат*. Цвета, характеризующие поле: *зеленое, желтое, тигровое, голубое*; учащиеся не ассоциируют поле с белым цветом, с другими цветами, указывающими на проявление образа «поле» в зимнее время (эти реакции отсутствуют в ядерной и околоядерной зонах). Мы отметили только одну единичную реакцию из 564 в периферийной зоне у учащихся 5–6-х классов – *снежное 1*.

Школьники не ассоциируют поле со значениями 4, 5, 6, 8, 9 толкового словаря русского языка: с исследовательской деятельностью в природных условиях (значение 4); с пространством, где проявляется действие каких-либо сил (*магнитное п.*, значение 5), хотя магнитное, силовое, поле тяготения изучают на уроках физики в школе; с областью деятельности, поприщем (значение 6); с краями, полями шляпы (значение 9). Значение 8 толкового словаря Ожегова: обычно *мн.* Чистая полоса вдоль края листа в книге, тетради, рукописи. *Широкие, узкие поля. Заметки на полях*. В ядерной и околоядерной зонах у школьников отсутствует данная реакция, а ведь учащиеся должны подчеркивать по линейке, выделять карандашом в тетради. Единственная реакция у первой группы испытуемых (5–6-е классы), указывающая на поле в тетради, – это *ластик 1*, у второй группы (7–8-е классы) в периферийной зоне – одна реакция *в тетради 1*, у третьей группы (9–11-е классы) – одна реакция *тетради 1*. В XXI в. – тетради с полями, чертить ничего не нужно.

У учащихся 5–6-х классов наблюдаем игру слов, характерную для данного возраста: *Поле – полиэтилен, (поли)карбонат, ля ле*. У учащихся 7–8-х классов – характерное для подросткового возраста изменение в настроении: *Поле – красиво, красивое и фигня*. В третьей группе у школьников 9–11-х классов появляются такие реакции, как *простор 2, свобода 1, перекасти 1, перекасти поле 1*. Данных реакций нет у испытуемых первой и второй групп. Эти реакции говорят о желании духовной свободы, это пространственные значения, указывают на период взросления и стремление к свободе.

Библиографический список

1. Васильева С.П., Васильев А.Д., Мамаева Т.В., Устьянцева Е.В. Базовые ценности регионального языкового сознания русских Приенисейской Сибири: монография / под ред. С.П. Васильевой; Краснояр. гос. пед ун-т им. В.П. Астафьева. Красноярск, 2017. 180 с.
2. Васильева С.П., Низамутинова Т.М. Ассоциативный словарь школьников 5–11-х классов города Красноярска (Результаты психолингвистического эксперимента) / Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева. Красноярск, 2023. С. 197–200.
3. Васильева С.П., Низамутинова Т.М. Изучение динамических процессов внутреннего лексикона школьника методом свободного ассоциативного эксперимента // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. 2020. № 3 (53). С. 203–209.
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / под ред. Н.Ю. Шведовой; АН СССР. Ин-т рус. яз. 21-е изд., переработ. и доп. М.: Русский язык, 1989.

АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ «СЕМЬЯ» ПО МАТЕРИАЛАМ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

ASSOCIATIVE FIELD “FAMILY” BASED ON THE ASSOCIATIVE EXPERIMENT

Мэн Юань

Meng Yuan

Научный руководитель С.П. Васильева
Scientific adviser S.P. Vasilyeva

Ключевые слова: семья, ассоциативное поле, ассоциативный эксперимент, языковое сознание, психолингвистика.

Аннотация. Статья посвящена исследованию структурной организации ассоциативного поля концепта «семья» в языковом сознании русских студентов. В основе исследования лежит метод цепочечного ассоциативного эксперимента, данные которого позволяют не только выявить ядерные и периферийные элементы концепта, но и описать систему семантических связей между ними. Анализ этих связей дает возможность сделать выводы о культурной специфике и когнитивных механизмах, формирующих восприятие феномена семьи среди русских студентов.

Keywords: family, associative field, associative experiment, linguistic consciousness, psycholinguistics.

Abstract. This article examines the structural organization of the associative field of the concept ‘Family’ in the linguistic consciousness of Russian students. The study is based on the method of chain association experiments, the data of which allow us not only to identify the core and peripheral elements of the concept but also to describe the system of semantic connections between them. Analysis of these connections allows us to draw conclusions about the cultural specifics and cognitive mechanisms that shape the perception of the phenomenon of family among Russian students.

Исследуя семью как фундаментальный социальный институт и многогранный культурный феномен, мы неминуемо приходим к необходимости анализа ее репрезентации в сознании человека. Эта репрезентация находит свое непосредственное выражение в языке, где концепт «семья» структурируется в виде сложного ассоциативного поля. Данное поле представляет собой не просто набор лексических единиц, а «совокупность ассоциативных представлений, так или иначе связанных с данным словом», отражающих биологические, социальные и духовные аспекты семейных отношений [Ахманова, 2007, с. 334]. Его структура, состоящая из ядра, околядерной зоны и периферии, непосредственно формируется под влиянием коллективного культурного опыта и индивидуальных когнитивных процессов, что делает анализ ассоциаций ключом к пониманию того, как в языковом сознании осмысливается и переживается идея семьи.

Языковое сознание представляет собой сложноорганизованную и динамическую систему, элементы которой пребывают в состоянии непрерывного взаимодействия. Формируемые при этом глубинные, часто неосознаваемые

носителями связи порождают разветвленную сеть ассоциаций и смысловых трансформаций, что ставит перед исследователями проблему сбора и анализа данного материала. Однако с развитием психолингвистики было найдено решение – ассоциативный эксперимент (далее – АЭ). Сегодня данный способ является одним из наиболее эффективных методологических решений. Метод позволяет не только реконструировать имплицитные связи между концептами, но и вербализовать скрытые уровни языкового сознания, выявляя культурно обусловленные особенности. АЭ дает возможность «моделировать структуру сознания, реконструируя возможные связи между языковыми единицами и характер их взаимодействия в процессах понимания, хранения и порождения речи» [Борисова, 2019, с. 266]. Именно по этим причинам данный подход был выбран в качестве ведущего для изучения концепта «семья» в русском языковом сознании.

Эмпирическую основу работы составил цепочечный ассоциативный эксперимент с участием 96 русских студентов КГПУ им. В.П. Астафьева, которым предлагалось назвать первые пришедшие на ум слова-ассоциации на стимул «семья» (всего получено 496 реакций).

Полученный массив данных был систематизирован и подвергнут количественному и качественному лингвистическому анализу, что позволило выявить устойчивые тематические блоки и смысловые доминанты в восприятии данного концепта. Далее представлены основные тематические группы, преобладающие в ассоциативных реакциях респондентов.

Полученные реакции можно разделить на следующие тематические группы: 1) *психоэмоциональная сфера*; 2) *ценностно-нравственные характеристики*; 3) *структурно-родственные связи*; 4) *пространственно-бытовые*; 5) *абстрактно-символические*.

1. К группе **психоэмоциональная сфера** относятся реакции респондентов: *любовь (50), поддержка (39), забота (36), понимание (10), комфорт (7), веселье (6), счастье (6), радость (4), спокойствие (2)* и др.

Это ядро современного восприятия семьи. Группа акцентирует не формальные или структурные аспекты, а эмоциональные связи и психологическое благополучие. Семья предстает как безопасное пространство, источник позитивных эмоций и психической стабильности. Доминирование этой группы свидетельствует о глубокой психологизации и эмоционализации концепта среди студентов первого и второго курсов КГПУ им. В.П. Астафьева. Семья ценится не как социальный институт, а как источник личного счастья. Доминирование этой группы подтверждает и тезис Н.В. Уфимцевой о том, что в современном сознании семья все больше становится «эмоциональным убежищем», пространством для «психологической компенсации стрессов, получаемых в большом социуме» [Этнокультурные..., 2011, с. 45].

2. Категория **ценностно-нравственные характеристики** включает такие реакции, как *взаимопонимание (14), уважение (6), доверие (3), доброта (3), ответственность (2), честность (1), бескорыстность (1), верность (1), самореализация (1)* и т.п.

Эта группа отражает нормативный каркас семейных отношений. Ассоциация *взаимопонимание* особенно показательна. Ее высокая частотность свидетельствует о смене парадигмы: на смену патриархальной модели, основанной на иерархии и авторитете, приходит партнерская модель, базирующаяся на диалоге и эмпатии. Этот процесс лингвистически зафиксирован в работах Е.А. Сермягиной, которая отмечает тенденцию «к положительной характеристике концепта “семья” как группы близких и любящих людей, на которых можно положиться» [Сермягина, Поршнева, 2015, с. 338].

3. Группа **структурно-родственные связи** включает следующие номинации: *мама (9), родители (8), папа (7), брат (5), сестра (5), бабушка (3), дочь (1), сын (1), дедушка (1), тетя (1), дядя (1)*.

Данная группа отражает состав и структуру семьи. Интересно, что, несмотря на свою очевидность, эта группа не является самой частотной, уступая психоэмоциональной. По словам Т.В. Булыгиной, «номинации родства все больше отходят на второй план, уступая место предикатам отношений и оценок» [Булыгина, Шмелев, 2007, с. 158]. Это означает, что для носителя языка важнее не формальный статус (кто), а качество связи (какие отношения). Ассоциация «дети» встречается намного реже, чем «родители». Это может косвенно подтверждать наблюдения социологов о «кризисе детоцентризма» и усилении ценности супружеской подсистемы в современной семье. С другой стороны, респондентам от 18 до 20 лет, и, скорее всего, они еще нуждающиеся в поддержке и заботе своих родителей, и оценивают семью с этой позиции.

4. **Пространственно-бытовые ассоциации** – категория, представленная следующими реакциями: *дом (18), тепло (17), уют (14), еда (8), комфорт (7), деревня (2), коты (2), общий стол (1), совместное времяпровождение (1), ужин (1)*.

Эта группа материализует и локализует концепт семьи. «Дом» выступает не просто как здание, а как символическое пространство (*место, где тебя ждут*), наполненное особым эмоциональным климатом (*уют, тепло*). Бытовые детали (*вкусная еда, общий стол*) символизируют совместность, ритуальность и повседневное единение. Эта группа связывает абстрактные чувства с конкретными, телесными переживаниями комфорта и защищенности.

5. В последней группе **абстрактно символические** ассоциации представлены реакции, связанные с философским и метафорическим осмыслением семьи – *тайное сообщество (1), кольцо (1), Гера (1)* (вероятно, имеется в виду богиня в древнегреческой мифологии, покровительница брака), *гармония (1), мир (1), будущее (1)* и др. Группа практически полностью состоит из единичных реакций, составляющих периферийную зону поля. Такие ассоциации, по мнению А.А. Залевской, являются «ключом к индивидуальному образу мира, демонстрируя, как общекультурный концепт преломляется в уникальном личном опыте» [Залевская, 2007, с. 87]. Подобные реакции ценны тем, что выявляют скрытые, имплицитные смыслы и подчеркивают особенность культуры того или иного этноса.

Проведенное исследование ассоциативного поля концепта «семья» в современном русском языковом сознании позволило выявить системные закономерности, отражающие глубокую трансформацию базовых социальных представлений. Анализ распределения реакций по тематическим группам дает основание для следующих выводов:

– доминирование психоэмоционального компонента – реакции *любовь, поддержка, забота* образуют ядро ассоциативного поля, что свидетельствует о смещении акцента с институциональных на эмоционально-личностные аспекты семьи;

– формирование партнерской модели – высокочастотные ассоциации *взаимопонимание, доверие* указывают на переход от патриархальной иерархии к ценностям равноправного диалога;

– широкая символизация семейного пространства – ассоциации *дом, уют, тепло* выполняют функцию метафорического воплощения семьи как эмоционального убежища.

– индивидуализация восприятия – наличие уникальных периферийных реакций (*тайное сообщество, Гера, кольцо*) отражает процесс персонализации семейных ценностей.

Таким образом, ассоциативное поле «семья» представляет собой динамическую систему, отражающую сложный процесс переосмысления традиционных ценностей в условиях современного общества.

Библиографический список

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: КомКнига, 2007. 571 с.
2. Борисова Ю.А. Ассоциативный эксперимент в современных психолингвистических исследованиях // Психология. 2019. № 1. С. 265–275.
3. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира: (На материале рус. грамматики). М.: Шк. «Мастера рус. культуры»: Кошелев, 1997. 574 с.
4. Залевская А.А. Введение в психолингвистику: учебник / Российский гос. гуманитарный ун-т. 2-е изд., испр. и доп. М.: РГГУ, 2007. 559 с.
5. Сермягина Е.А., Поршнева А.С. Составление ассоциативного поля концепта «семья» в русском языке путем проведения свободного ассоциативного эксперимента // Физика. Технологии. Инновации: сб. науч. тр. Екатеринбург: УрФУ, 2015. Вып. 1. С. 337–340.
6. Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. науч. ст. / РАН. Ин-т языкознания; отв. ред. Н.В. Уфимцева. М., 1996. 226 с.

АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ «СЕМЬЯ» ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ Г. КРАСНОЯРСКА

THE ASSOCIATIVE FIELD “FAMILY”
BASED ON THE RESULTS
OF A FREE ASSOCIATION EXPERIMENT
AMONG YOUNG PEOPLE IN KRASNOYARSK

Е.А. Гаврилкова

E.A. Gavrilkova

Научный руководитель С.П. Васильева
Scientific supervisor S.P. Vasilyeva

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле, семья, молодежь.

Аннотация. Цель исследования – выявление представлений о семье в языковом сознании молодежи города Красноярск. Основным инструментом является свободный ассоциативный эксперимент.

Keywords: *associative experiment, associative field, family, youth.*

Abstract. The aim of the study is to identify concepts of family in the linguistic consciousness of young people in Krasnoyarsk. The primary tool is a free associative experiment.

Методология ассоциативного эксперимента (АЭ) основана на достижениях психолингвистики – науки, целью которой является описание и объяснение особенностей функционирования языка как психического феномена и его взаимоотношение с сознанием и мышлением [Залевская, 1999]. Данные компоненты неразрывно связаны между собой, они образуют языковое сознание – опосредованный языком образ мира той или иной культуры.

Ранее мы рассматривали ассоциативное поле «Семья» в языковом сознании молодежи Красноярского края и европейской части России в сравнении [Гаврилкова, 2025, с. 124].

Данный свободный ассоциативный эксперимент был проведен нами среди студентов города Красноярск на стимул «семья». В нем приняло участие 103 респондента. Среди них студенты 5 вузов Красноярского края по специальностям естественно-научного, технического и гуманитарного профилей. Таким образом, мы получили ассоциативное поле «семья», в котором 103 реакции.

Результаты САЭ представлены в табл. 1.

Всего неединичных ассоциаций в ассоциативном поле «Семья» по результатам свободного ассоциативного эксперимента насчитывается 20, единичных – 13.

Реакции на стимул «семья» расположены по частоте

Реакции на стимул «семья» красноярских студентов	Результаты по частоте
Ядерная зона поля «Семья»	
Любовь	19
Опора	7
Тепло	7
Дом	6
Уют	6
Большая	6
1-я околоядерная зона поля «Семья»	
Поддержка	5
Счастье	5
Защита	4
Родные	4
Окружение	3
Очаг	3
Смысл жизни	3
2-я околоядерная зона поля «Семья»	
Близкие	2
Боль	2
Брат	2
Дети	2
Мама	2
Папа	2
Ячейка общества	2
Периферийная зона поля «Семья»	
Мечта	1

Выделим в АП «Семья» ядерную, околоядерную и периферийную зоны. Ядерная зона АП «Семья» представляет собой самые важные ценности языкового сознания исследуемых, главная из которых – *любовь* (19). Важно заметить, что в основе семейных отношений испытуемые видят чувство любви. На втором месте – *опора* (7), *тепло* (7). Видимо, опыт молодых людей достаточен для того, чтобы оценить, что семья дает опору и тепло в жизни.

На третьем – *дом* (6), *уют* (6), *большая* (6). Среди испытуемых семья ассоциируется с домом и уютом, и она должна быть большая.

Ассоциации 1-й околоядерной зоны поля «Семья» семантически близки к ассоциатам ядерной зоны. В чувственном восприятии – это *счастье* (5) и *смысл жизни* (3), что усиливает ценность семьи в сознании испытуемых.

В плане опоры – это *поддержка* (5) и *защита* (4). *Очаг* (3) – это символ дома, тепла, уюта. *Родные* (4), *окружение* (3) – это члены семьи, без которых семья невозможна.

Ассоциации 2-й околоядерной зоны поля «Семья» включают перечень членов семьи: «мама», «папа», «дети», «брат», называя их близкими, и включает слово «боль» – чувство, которое люди испытывают, когда волнуются за близких.

В итоге становится очевидным, что для группы испытуемых семья – это *любовь, счастье, смысл жизни*, но иногда и *боль* за близких.

Таблица 2

Анализ по возрастному признаку. Ядро ассоциативного поля «Семья» среди обучающихся разного возраста

1–2-е курсы	3–4-е курсы	5–6-е курсы	Магистранты
Любовь 9	Любовь 8	Опора 7	Дети 7
Дом 5	Счастье 4	Боль 6	Любовь 5
Опора 4	Поддержка 2	Единство 6	Уют 3
Тепло 4	Тепло 2	Уют 5	Тепло 2
Родина 3	Боль 2	Любовь 4	Дом 2

Реакция *любовь* совпадает у студентов 1–4-х курсов. Следующими по ценности выступают *дом* и *счастье*, то есть студенты 1–2-х курсов при описании семьи в первую очередь выделяют чувственно-эмоциональные характеристики. Студенты старшего возраста, наоборот, дают практические характеристики: *опора*, *дети*. Таким образом, с возрастом можно наблюдать изменение ценностей с эмоциональных на прагматические.

Стоит отметить, что реакции *поддержка* и *опора* у студентов до 20 лет на третьем месте, а у студентов от 21 и выше – на первом месте. С возрастом для молодежи значимость базовых семейных потребностей становится выше.

У студентов четвертой группы на первом месте дети, а вот в более молодом возрасте реакция *дети* не отмечается вообще. Это говорит о том, что видение семьи «на перспективу», то есть желание создать потомство, выходит на первый план с возрастом.

У опрашиваемых от 21 года все меньшую роль играют *уют*, *единство* (эмоциональные потребности), зато на первый план выходят практически значимые элементы семьи: *дети*. А вот у студентов до 20 лет наиболее важную роль играют чувства: *любовь, счастье*.

Единая реакция у студентов всех возрастов – *любовь*. Это ценность, которая лежит в основе семьи. Иные приоритетные реакции у опрашиваемых не совпадают.

Исходя из проведенного исследования, мы пришли к нескольким выводам.

1. Главные ценности, выявленные в АП «Семья», относятся к четырем сферам жизни человека: эмоциональной, психологической, бытовой и личностной.

2. Самые распространенные ассоциации совпадают у двух групп испытуемых. Это ценности первого уровня: *дом, любовь*; ценности второго уровня: *уют*; ценности третьего уровня: *опора, тепло*.

3. У опрашиваемых от 21 года все меньшую роль играют *уют, единство*, зато на первый план выходят практически значимые элементы семьи: *дети*. А вот у студентов до 20 лет наиболее важными в представлениях о «семье» являются *любовь, счастье*.

Библиографический список

1. Гаврилкова Е.А. Сравнительный анализ ассоциативного поля «Семья» в языковом сознании молодежи Красноярского края и европейской части России // Сибирский филологический форум. 2025. № 4. С. 124–134.
2. Залевская А.А. Значение слова и возможности его описания // Языковое сознание: формирование и функционирование: сб. ст. / отв. ред. Н.В. Уфимцева. М., 1998.

КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКА

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА В РУССКОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

PRECEDENT NAMES IN RUSSIAN ADVERTISING DISCOURSE

Лан Жуй

Lan Rui

Научный руководитель С.П. Васильева
Scientific adviser S.P. Vasilyeva

Ключевые слова: *прецедентное имя, рекламный дискурс, прагматическая функция.*

Аннотация. Современная рекламная коммуникация представляет собой сложный процесс смыслопорождения, в котором прецедентные имена играют важную роль. Имена собственные отсылают потребителя к культурным кодам и общественно значимым текстам и событиям, обеспечивают многозначность и эмоциональную насыщенность рекламы. В статье рассматриваются функции имен собственных с прецедентной природой и их влияние на эффективность коммуникации в современном русском рекламном дискурсе.

Keywords: *precedent name, advertising discourse, pragmatic function.*

Abstract. Modern advertising communication is a complex process of meaning generation, in which precedent names play a crucial role. Proper names refer consumers to cultural codes and socially significant texts and events, providing polysemy and emotional richness to advertising. This article examines the functions of precedent-based proper names and their impact on communication effectiveness in modern Russian advertising discourse.

Использование имен знаменитостей в качестве основного привлекательного элемента популярной культуры позволяет не только рекламировать качество и сорт товаров, но и использовать эффект известности для расширения групп потребителей.

Прецедентное имя – это «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, как правило, относящимся к прецедентным (например, Печорин, Теркин), или с прецедентной ситуацией (например, Иван Сусанин); это своего рода сложный знак, при употреблении которого в коммуникации осуществляется апелляция не к собственно денотату (референту), а к набору дифференциальных признаков данного прецедентного имени; может состоять из одного (например, Ломоносов) или более элементов (например, Куликово поле, Летучий голландец), обозначая при этом одно понятие» [Красных, 1998, с. 321].

Ранее нами были рассмотрены коммуникативно-прагматические функции крылатых выражений в русском рекламном дискурсе [Васильева, Лан Жуй, 2025, с. 138].

Цель данного исследования – выявление и описание функций имен собственных в русском рекламном дискурсе.

Методы исследования: лингвокультурологический, дискурсивный и прагматический анализ.

В данной работе рассмотрены имена собственные русской и зарубежной культуры в тексте рекламы различных товаров и услуг.

1. Имена собственные русской культуры в русском рекламном дискурсе.

Реклама сигарет марки *Петр I*: Петр I – всегда первый!

I. Культурологический аспект: русский царь Петр I – одна из самых известных в истории России личностей.

II. Лингвокультурологический аспект.

A) Исходный инвариант восприятия.

Петр Алексеевич Романов – выдающийся монарх, сумевший произвести глубочайшие преобразования в государстве российском. За период его правления страна вошла в число передовых европейских держав и обрела статус империи.

B) Прагматический инвариант восприятия.

Петр I – герой в сознании россиян. Использование его имени в качестве названия продукта вызывает доверие и признание потребителей. Выражение «Всегда первый» семантически сближается по значению со словом «лучший». Покупатели переносят ценностную характеристику на качество продукта, тем самым повышая интерес к этому товару и максимально усиливая роль прецедентного имени.

Реклама водки *Иван Грозный* (текст на этикетке):

Бренд «Царь Иван Грозный» близок тем, кто интересуется историей Руси. Привлекает тех, кого увлекает скрытое и неочевидное, тех, кто, как стратег в большой битве, умеет видеть картинку целиком, складывая пазл из разрозненных частей. Поклонники бренда ценят интересные истории, «Царь Иван Грозный» дает бесконечные темы для разговора: наша бутылка – атлас символов и знаков, понятных только тем, кто «в теме». Водка «Царь Иван Грозный» – квинтэссенция русской идеи, бутылку можно изучать как атлас символов великой Руси: трон Соломона и III Рим, герб Палеологов и знаки очищения государства от врагов, страшный суд и панагия.

I. Культурологический аспект.

Иван IV Васильевич Грозный – великий князь московский и всея Руси, первый царь всея Руси. Известный своей противоречивой исторической ролью, он, с одной стороны, укрепил централизованную власть, расширил границы Руси, провел важные реформы. С другой – его правление ассоциируется с жестокостью, опричниной, массовыми репрессиями и деспотизмом.

II. Лингвокультурологический аспект.

A) Исходный инвариант восприятия.

Имя Ивана Грозного ассоциируется с образом самодержца, в котором сочетаются следующие качества: ум, образованность, сила духа и жестокость.

B) Прагматический инвариант восприятия.

В рекламе имя «Иван Грозный» может быть использовано для позиционирования бренда как продукта для тех, кто «понимает» историю, умеет видеть скрытые смыслы. Реализуется функция привлечения внимания референтной группы «посвященных». Реклама обыгрывает имя царя как символ силы, стратегии и глубины, микшируя отрицательное в образе в преимущество.

Реклама водки *Путинка*: Водка *Путинка* – классическая – является эталонным элитным напитком московского завода «Кристалл». Отличается особой мягкостью и тонким ароматом. Водка «Путинка» – благородный напиток, созданный для веселья, раскрепощения, снятия усталости и стрессов.

I. Культурологический аспект.

Очевидно, что название водки произошло от фамилии президента России В.В. Путина.

II. Лингвокультурологический аспект.

A) Исходный инвариант восприятия.

Компания «Кристалл» назвала свою продукцию «Путинка», что призвано подчеркнуть высокое качество водки.

Б) Прагматический инвариант восприятия.

Цель – подчеркнуть высокое качество водки, привлечь внимание к продукту, апеллируя к статусу и авторитету В.В. Путина.

Реклама водки *Ермак*: Мягкая, словно шелк / Крепкая, как булат / Водка «Ермак». На этикетке Ермак изображен в виде русского богатыря.

I. Культурологический анализ.

Ермак Тимофеевич – имя казачьего атамана, завоевавшего Сибирь для Русского государства при правлении царя Ивана Грозного в XVI в.

II. Лингвокультурологический анализ.

A) Исходный инвариант восприятия.

Ермак присоединил Западную Сибирь и защитил ее от набегов хана Кучума, заложив основу для включения Сибири в состав Российской территории. Его имя может напомнить российским читателям об этой славной странице истории России.

Б) Прагматический инвариант восприятия.

В рекламе имя Ермак символизирует добрую силу, способную защитить народы Сибири, поэтому ее привлекательные качества для потребителя – «мягка, как шелк, и крепка, как булат».

Вывеска караоке-клуба: *Шаляпин*.

I. Культурологический аспект.

Федор Иванович Шаляпин (1873–1938) – всемирно известный русский оперный певец (бас). Он является символом вокального мастерства.

II. Лингвокультурологический аспект.

A) Исходный инвариант восприятия.

Имя Федора Шаляпина вызывает ассоциации с образом «русской души», поскольку певец известен в том числе исполнением народных песен в оперной манере. Кроме того, имя говорит о громкости, мощи голоса.

Б) Прагматический инвариант восприятия.

В названии заведения имя служит для создания определенных ассоциаций с брендом: не просто караоке, а «грандиозное» пение.

Данные примеры демонстрируют выбор прецедентных имен русских царей, президента, знаменитого певца с целью повышения значимости и статуса рекламируемой продукции.

2. Имена собственные мировой культуры в русском рекламном дискурсе.

Реклама питьевой воды: *Платон* говорил: 'Вода смывает людское зло'. Я убежден: *Платон* говорил о воде «Угорская». Я покупаю.

I. Культурологический аспект.

Платон – великий древнегреческий философ, ученик *Сократа* и учитель *Аристотеля*.

II. Лингвокультурологический аспект.

A) Исходный инвариант восприятия.

Платон был великим философом Древней Греции, его философская мысль была важной частью древнегреческой цивилизации.

B) Прагматический инвариант восприятия.

В рекламе цитируются слова *Платона*, которые привлекают внимание к продукту, так как в своих диалогах «*Пир*» и «*Федр*» *Платон* описывает путь души от созерцания земной красоты к познанию «истинного прекрасного», что можно трактовать как «духовное просветление».

Реклама отдыха в *Фетхие*¹ для жителей Челябинска: Уже подвели на эту манию – страсть к освоению пространств? *Фетхие* – красивейший уголок с обилием островов и живописных бухточек – новое имя для русских турковедов, но вы можете быть одним из первых челябинских *Колумбов*.

I. Культурологический аспект.

Колумб – испанский мореплаватель итальянского происхождения, в 1492 г. открывший для европейцев Новый Свет (Америку). Он открыл Южную Америку и Центральную Америку и положил начало их исследованию, включая континентальные части и близлежащие архипелаги – Большие Антильские (*Куба*, *Гаити*, *Ямайка* и *Пуэрто-Рико*), Малые Антильские (от *Доминики* до *Виргинских островов*, а также *Тринидад*) и *Багамские острова*.

II. Лингвокультурологический аспект.

A) Исходный инвариант восприятия.

Прецедентное имя *Колумб* всегда ассоциируется с прецедентным событием – открытием Нового Света.

B) Прагматический инвариант восприятия.

В рекламе используется имя *Колумб*, ассоциирующееся у потребителей с тем, что в *Фетхие* они могут испытать удовольствие открытия и насладиться невиданными пейзажами.

Реклама спортивных автомобилей: Активный человек пользуется успехом и не устает от него. Он выглядит лучше, делает больше и больше получает взамен... Согласитесь, необязательно быть профессиональным автогонщиком, чтобы водить спортивный автомобиль: иной, может, в душе *Шумахер*, а снаружи – вылитый *Пьер Ришар* из старой доброй комедии...

¹ *Фетхие* – это город-курорт и административный район на юго-западе Турции, в провинции *Мугла*.

I. Культурологический аспект.

Шумахер – один из величайших современных гонщиков Формулы-1 и семикратный чемпион мира. За свою 16-летнюю карьеру он установил почти все рекорды и стал непобедимым, превосходным и храбрым представителем этой команды. Фанаты называют его «барон в красном». *Пьер Ришар*² – известный французский комик, драматург и режиссер. Поскольку он снялся во многих комедиях, чтобы доставить неограниченное удовольствие зрителям, его называют «невинный, добросердечный человек».

II. Лингвокультурологический аспект.

A) Исходный инвариант восприятия.

В рекламе используются метафоры для сравнения двух известных имен с яркой характеристикой.

B) Прагматический инвариант восприятия.

Попытка повлиять на мировоззрение потребителей и внушить мысль о том, что спортивные автомобили подходят для всех имеющих представление о вожде-нии автомобиля. Любой может сесть за руль спортивного автомобиля и стать *Шумахером* своего собственного гоночного автомобиля, независимо от внешности, характера и профессии.

Реклама женского клуба *Cleopatra*: Разбудите в себе *Клеопатру*, и весь мир будет вертеться вокруг вас. Горячие восточные танцы, танец живота, испанский танец свободных женщин фламенко... Первое занятие бесплатно. Откройте в себе ваши скрытые способности!

I. Культурологический аспект.

Клеопатра была последним фараоном династии Птолемея в Древнем Египте и одной из самых легендарных женщин в мире.

II. Лингвокультурологический аспект.

A) Исходный инвариант восприятия.

Имя *Клеопатра* вызывает у людей представление о красивых и загадочных женщинах Востока.

B) Прагматический инвариант восприятия.

В рекламе имя *Клеопатра* используется как метафора, приглашающая женщин, которые заботятся о красоте, сформировать свою идеальную фигуру, посещая занятия танцами, и стать центром внимания, как *Клеопатра*.

Реклама ресторана миддл-класса *Рональдо*: В бистро шеф-повар, подобно *Рональдо*, без суеты управляется со всей кухонной утварью... Независимо от времени суток, в обоих залах удается сохранить стабильный уровень обслуживания.

I. Культурологический аспект.

Рональдо – знаменитый бразильский футболист, один из лучших нападающих. Он трижды становился мистером «футболист мира» и дважды помог Бразилии выиграть чемпионат мира. Реклама поддерживается изображением футболиста *Рональдо*, который держит в руках коробку с блюдами ресторана.

² Пьеру Ришару 91 год, и он по-прежнему ассоциируется у публики именно с этим добрым и светлым образом.

II. Лингвокультурологический аспект.

А) Исходный инвариант восприятия.

На футбольном поле Рональдо – непревзойденный мастер – чувствует себя непринужденно, контролируя площадку, благодаря отличному владению мячом, потрясающей скорости, мощной взрывной силе.

Б) Прагматический инвариант восприятия.

В этой рекламе привлечение внимания обращено к целевой группе потребителей – любителей футбола. Имя *Рональдо* используется как символ высокого мастерства.

Вывод. Имена собственные русской и мировой культуры используются в рекламе продуктов и услуг с целью привлечения внимания, воздействия на сознание потребителя, чтобы вызвать доверие к продукту, положительные ассоциации, в отдельных случаях определить принадлежность говорящего к некому культурному сообществу или даже поколению – референтной группе потребителей.

Библиографический список

1. Васильева С.П., Лан Жуй. Коммуникативно-прагматические функции крылатых выражений в русском рекламном дискурсе // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. 2025. № 3 (73). С. 138–148.
2. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? М.: Диалог-МГУ, 1998. 350 с.

РЕЧЕВАЯ СТРАТЕГИЯ ДЕМОНИЗАЦИИ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ В.П. АСТАФЬЕВА (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИЦИСТИКИ И ЭПИСТОЛЯРНОГО НАСЛЕДИЯ ПИСАТЕЛЯ)

THE SPEECH STRATEGY OF DEMONIZATION IN THE INDIVIDUAL DISCOURSE OF V.P. ASTAFIEV (BASED ON THE MATERIAL OF JOURNALISM AND THE EPISTOLARY HERITAGE OF THE WRITER)

Г.П. Машкова

G.P. Mashkova

Научный руководитель **О.В. Фельде**
Scientific adviser **O.V. Felde**

Ключевые слова: *демонизация, В.П. Астафьев, индивидуальная ценностная картина мира, речевая стратегия, коммунизм.*

Аннотация. В статье представлены особенности языковой экспликации речевой стратегии демонизации в индивидуальном дискурсе В.П. Астафьева. Актуальность работы обусловлена необходимостью лингвистического изучения ценностной картины В.П. Астафьева. Эмпирическим материалом служат тексты публицистического характера и личные письма автора о коммунистах, И.В. Сталине, В.И. Ленине, Г.К. Жукове. В работе рассматриваются различные тактики стратегии демонизации: номинативная тактика, библейский парафраз, негативное сравнение, тактика восходящей градации, негативное обобщение, гиперболизация опасности объекта демонизации, тактика обвинения объекта демонизации, а также синкретичное использование тактик.

Keywords: *demonization, V.P. Astafyev, individual value picture of the world, speech strategy, communism.*

Abstract. This article presents the features of the linguistic explication of the speech strategy of demonization in the individual discourse of V.P. Astafiev. The relevance of the work is determined by the need for a linguistic study of the value picture of V.P. Astafiev. The empirical material is journalistic texts and personal letters of the author about communists, Bolsheviks, I.V. Stalin, V.I. Lenin, G.K. Zhukov. The paper examines various tactics of the demonization strategy: nominative tactics, biblical paraphrase, negative comparison, tactics of ascending gradation, negative generalization, hyperbolization of the danger of the object of demonization, tactics of blaming the object of demonization, as well as syncretic use of tactics.

Цель данного исследования – анализ тактик и средств экспликации речевой стратегии демонизации в индивидуальном дискурсе В.П. Астафьева. Демонизация – это вид негативной коммуникации, одна из стратегий пейоративной макростратегии, связанная с усилением отрицательной оценки. Это наивысшая форма дискредитации объекта оценки за счет намеренного создания его негативного, предпочтительно – отталкивающего образа, формирования вокруг него «неизменно отрицательного поля ассоциаций и смыслов» [Иванова, 2016, с. 28].

Объект демонизации должен предстать как абсолютно бесчеловечное зло, целью деятельности которого является попрание универсальных моральных и этических норм, принятых цивилизованным обществом.

Актуальность исследования вызвана необходимостью лингвистического изучения ценностной картины В.П. Астафьева, отразившего в своем творчестве жизнь и характер русского народа. Объектом исследования являются оценочные (отрицательные) высказывания В.П. Астафьева.

Эмпирический материал исследования – тексты публицистического характера XII тома полного собрания сочинений В.П. Астафьева, а также письма, опубликованные в книге «Нет мне ответа», то есть тексты, в которых звучит голос самого писателя, а не его персонажей [Астафьев, 1998; 2009].

Анализ приведенных источников показал, что объектами демонизации в письмах и статьях В.П. Астафьева являются коммунисты, революционные вожди И.В. Сталин и В.И. Ленин, полководец Г.К. Жуков. Отметим, что разбираемые контексты были написаны В.П. Астафьевым в конце 1980-х, в 1990-е и в начале 2000-х, в период политической нестабильности, слома эпох, распада СССР.

В ходе исследования были выделены следующие тактики стратегии демонизации: номинативная тактика, библейский парафраз, негативное сравнение, тактика восходящей градации, негативное обобщение, гиперболизация опасности объекта демонизации, тактика обвинения объекта демонизации, а также синкретичное использование тактик.

Рассмотрим каждую из них подробнее. Так, номинативная тактика в данном исследовании понимается как использование общеоценочных языковых единиц, а также коннотативов, обозначающих общеизвестных носителей зла, при описании объекта демонизации. Сюда же относится употребление кличек и прямых оскорблений [Иванова, 2016, с. 29–30].

Примером использования данной тактики является следующие высказывания: *...принял наш народ **припадочных** коммунистов... и всю **пошлость** в виде патриотическо-проститутского искусства, и оттуда прямым ходом к видео с голыми бабами, совокуплениями на манер скотства и садизма»* (1991). *...пусть резвятся тогда и рукоплещут **сатанисты** и **спасители народа** без меня...* (1994). *Неужели коммунистические **головорезы** и **костоломы**... снова затмят, зачернят наш здравый смысл...* (2000) [Астафьев, 2009, с. 459, 547, 666].

Объект демонизации в приведенных контекстах – коммунисты, которых В.П. Астафьев называет такими номинативами с сильно отрицательным значением, как «головорезы», «костоломы», «сатанисты». Соответственно, в картине мира писателя приверженцы данной идеологии напрямую связаны со смертью, бесчеловечным насилием, а также оцениваются как носители деструктивных антихристианских воззрений, слуги дьявола. Саркастичная кличка «спасители народа» дополнительно подчеркивает сугубо негативное, по мнению писателя, влияние коммунистического движения на судьбу России. Также В.П. Астафьев отрицательно характеризует культуру коммунистов: их искусство писатель ставит в один ряд с порнографией.

Следующая тактика – библейский парафраз, то есть использование в качестве номинации объекта демонизации имени библейского персонажа, например, сатаны – властелина ада, главного противника божественных сил, само зло. Примером может служить следующее высказывание В.П. Астафьева: *Как было не бояться сатане, восседающему на русском троне, объединения... людей и умов... кто-то подсказал сатане, что это может плохо кончиться для него...* (2000) [Астафьев, 2009, с. 669].

В приведенном контексте имя И.В. Сталина, объекта демонизации, дважды заменяется словом «сатана». Также кровавым сатаной-вождем В.П. Астафьев называет В.И. Ленина [Астафьев, 1998, с. 369], а возможность восстановления коммунистической власти после распада СССР писатель оценивает как *новое пришествие красного сатаны* [Астафьев, 2009, с. 547]. Таким образом, любой коммунистический правитель в картине мира В.П. Астафьева играет роль дьявола, сосредоточения темных сил.

Еще одна тактика – негативное сравнение, то есть употребление компаративных номинативных конструкций с целью приравнять объект демонизации к образу – воплощению зла, сопоставить одно с другим [Иванова, 2016, с. 30]. Пример ее реализации: *Ведь привился же рок к слаборазвитым народам, как грибок к гниющему дереву, и досасывает из него последнюю здоровую кровь и остатки разума* (1991) [Астафьев, 2009, с. 459].

Объектом демонизации вновь является коммунизм. Яркое сравнение рока красной идеологии с грибом-паразитом иллюстрирует мнение писателя, считавшего коммунизм главной причиной духовной деградации народа.

Отдельно выделим тактику восходящей градации, отраженную в следующем контексте: *Есть... люди, которые искупают вину перед Богом за весь наш грешный, жалкий жестокий народ, отринувший Бога, веру, докатившийся до предательства детей и родителей своих, до братоубийства, до поругания могил и святой молитвы...* (1992) [Астафьев, 2009, с. 487].

Так, в приведенном примере перечень отрицательных характеристик объекта демонизации омертвевшего общества-стада («грешного», «жалкого», «жестоккого», «отринувшего Бога» и т.д.) представлен по возрастающей тяжести грехов – в этом и есть суть градации.

Следующая тактика – негативное обобщение. Ее реализацию можно увидеть в следующем контексте: *Одно упрямство и кураж ими (коммунистами. – Г.М.) движет. Но они уже приговорены временем и человечеством, не может формация... как коммунисты, существовать в мире, который их давно и справедливо ненавидит, считает антихристами. И кончат они свои дни нечисто, обязательно кусаясь, пья кровью и захлебываясь слезами... своих детей* (1991) [Астафьев, 2009, с. 466].

В данном примере абсолютно все коммунисты, по мнению В.П. Астафьева, являются самоуверенными, упрямыми и справедливо ненавидимыми «антихристами», а потому судьба у них может лишь одна – страшная смерть, которое унесет с собой в том числе жизни невинных.

Отдельно выделим тактику гиперболизации опасности объекта демонизации до масштабов всего мира, его противопоставление всему человечеству. Данный прием нашел свое отражение в следующем фрагменте: *Это вот и есть смысл всей человеческой трагедии, это и есть главное преступление человека против себя... большевики, начавшие свой путь с отнимания и уничтожения хлебного поля... – есть самые главные преступники человеческой, а не только нашей, российской, истории* (1991) [Астафьев, 2009, с. 463].

В приведенной цитате объект демонизации – большевики, названные писателем «главными преступниками», противопоставлены всему цивилизованному обществу, а единичная история уничтожения хлебного поля в мировосприятии писателя становится трагедией мирового масштаба.

Последней из проанализированных тактик является тактика обвинения: говорящий строит причинно-следственную связь между отрицательно оцениваемыми событиями и действиями объекта [Пешкова, Филимонова, Умарова и др., 2022, с. 229]. Реализацию данной тактики можно увидеть в следующем контексте: *...выкормыш (Г.К. Жуков. – Г.М.) “отца и учителя”! Какой браконьер русского народа. Он, он и товарищ Сталин сожгли в огне войны русский народ и Россию. Вот с этого тяжелого обвинения надо начинать разговор о войне...* (1987) [Астафьев, 2009, с. 403].

В приведенной цитате В.П. Астафьев пишет, что именно действия Г.К. Жукова и И.В. Сталина привели к гибели русского народа во время Великой Отечественной войны. Данный тезис писатель напрямую называет «тяжелым обвинением», и лишь с него, по мнению автора, может начаться правдивый разговор об этом периоде истории.

Необходимо отметить, что все приведенные выше тактики редко используются обособленно. Их частотное синкретичное применение является характерной особенностью дискурса В.П. Астафьева.

Таким образом, анализ показал, что В.П. Астафьев демонизирует советскую власть, коммунистов, советских вождей и полководцев. Активное участие писателя в публичной полемике по этим темам связано с распадом СССР, сломом прежних идеологических установок.

Библиографический список

1. Астафьев В.П. Нет мне ответа... Эпистолярный дневник 1952–2001 / сост., предисл. Г. Сапронова. Иркутск: Издатель Сапронов, 2009. 720 с.
2. Астафьев В.П. Собрание сочинений: в 15 т. Красноярск: Офсет, 1998. Т. 12: Публицистика. 608 с.
3. Иванова С.В. Лингвистическая ресурсная база информационной войны: создание эффекта демонизации // Политическая лингвистика. 2016. № 5. С. 28–37.
4. Использование тактики обвинения в формировании негативного имиджа России в зарубежном политическом дискурсе (на материале американских СМИ) / Н.В. Пешкова, Е.Ю. Филимонова, Умарова и др. // Современное педагогическое образование. 2022. № 11. С. 228–234.

МАНИПУЛЯТИВНАЯ ТАКТИКА ДОМИНИРОВАНИЯ В РЕЧИ ГЕРОЯ РОМАНА И. ИЛЬФА И Е. ПЕТРОВА «ДВЕНАДЦАТЬ СТУЛЬЕВ»

MANIPULATIVE TACTICS OF DOMINATING IN THE SPEECH OF THE HERO IN I. ILF AND E. PETROV'S NOVEL *THE TWELVE CHAIRS*

А.Н. Серова

A.N. Serova

Научный руководитель С.Г. Павлов
Scientific supervisor S.G. Pavlov

Ключевые слова: *речевой ход, тактика доминирования, манипулятивная стратегия, Остап Бендер, роман «Двенадцать стульев».*

Аннотация. В статье на материале первого диалога Остапа Бендера и Ипполита Матвеевича Воробьянинова в романе И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» анализируется тактика доминирования в рамках манипулятивной стратегии персонажа. Цель работы – описать речевые ходы, служащие средством реализации данной тактики. Основным результатом исследования является установление языковых средств и приемов, обеспечивающих успешную реализацию тактики доминирования О. Бендером.

Keywords: *speech move, tactics of domination, manipulative strategy, Ostap Bender, The Twelve Chairs novel.*

Abstract. Using the first dialogue between Ostap Bender and Ippolit Matveyevich Vorobyeninov in Ilf and Petrov's novel *The Twelve Chairs*, this article analyzes dominance tactics within the character's manipulative strategy. The aim of the study is to describe the speech moves used to implement these tactics. The main result of the study is the identification of the linguistic means and techniques that ensure the successful implementation of Ostap Bender's dominance tactics.

Изучение поведения персонажа-манипулятора актуально для лингвистики и лингвопоэтики. Манипулятор использует псевдоконвенциональное речевое воздействие с целью скрытого изменения позиции собеседника в свою пользу на основе корыстного интереса. Манипулятивная речевая стратегия реализуется речевыми тактиками, которые, в свою очередь, репрезентируются различными речевыми ходами (далее – РХ). РХ меняются в зависимости от цели говорящего. О.С. Иссерс отмечает: «Участники диалога, преследуя свои цели на протяжении всего коммуникативного акта, как правило, не пользуются готовыми схемами... а конструируют свои обращения по ходу диалога в зависимости от ситуации» [Иссерс, 2006, с. 111].

Рассмотрим тактику доминирования, реализуемую в различных речевых ходах в рамках общей манипулятивной стратегии О. Бендера.

1. Коммуникативная ситуация: знакомство О. Бендера с Воробьяниновым и интерес манипулятора к сокровищам мадам Петуховой.

2.1. РХ₁ – установление статусов собеседников.

3.1. Интенция₁ – заявить о статусном паритете собеседников; интенция₂ – попытка вывести собеседника из равновесия

Бендер: ...*Только вы, дорогой товарищ из Парижа, плюньте на все это. – Как плюнуть?! – Слюной, <...> как плевали до эпохи исторического материализма* (31)¹.

Эпитет *дорогой* обычно используется ‘при ласковом обращении, часто в соединении с местоимением *мой* и с существительным или (в знач. суц.) без него’ [Словарь, 1959, стб. 1010]. Бендер использует своеобразный оксюморон *товарищ из Парижа*. *Товарищ* – советское обращение, заведомо не применимое к *барину*, который, по словам дворника Тихона, приехал из Парижа. Оксюморон несет угрожающий подтекст: в советской стране *барином из Парижа* обязательно заинтересуются компетентные органы. Предложно-падежное указание *из Парижа* является средством шантажа. Указание на место недавнего проживания Воробьянинова коммуникативно излишне. Немотивированно его подчеркивая, Бендер намекает, что может сообщить об эмигранте в ОГПУ (Объединенное государственное политическое управление).

Бендер в развязной форме указывает Воробьянинову на бесперспективность его поиска. Восклицание *Как плюнуть?!* имеет коммуникативный смысл ≈ «почему я должен отказаться от поисков драгоценностей?». Бендер усугубляет развязную тональность разговора, обыгрывая глагольную полисемию: ‘2. Перен. Разг. Проявлять по отношению к кому-, чему-либо презрение, безразличие; совершенно не считаться с кем-, чем-либо’ [Словарь, 1959, стб. 1358]. Он употребляет глагол *плюнуть* в прямом значении, что выглядит уже почти грубостью. Допускаемое Бендером отклонение от корректного общения призвано показать, что он считает свой статус, по крайней мере, равным статусу собеседника.

2.2. РХ₂ – психологическое давление.

3.2. Интенция – вывести собеседника из равновесия.

Бендер: *Ничего не выйдет. – Как же так? – А вот как. Сколько было стульев? – Дюжина. Гостиный гарнитур. – Давно, наверно, сгорел ваш гостиный гарнитур в печках* (31).

Остап необоснованно предполагает, что гарнитур использовали для отопления. Авторы романа указывают на эффект, произведенный словами Бендера: *Воробьянинов так испугался, что даже встал с места* (31).

2.3. РХ₃ – захват инициативы.

3.3. Интенция – психологическое подчинение собеседника.

Бендер: *Спокойно, спокойно. За дело берусь я. Заседание продолжается. Кстати, нам с вами нужно заключить небольшой договорчик* (31).

После запугивания Бендер возвращает надежду Воробьянинову. Выражение *за дело берусь я* показывает способность Остапа справиться с самым сложным делом. Он предлагает заключить *небольшой договорчик* и тем самым

¹ Роман цитируется по изданию: Ильф И., Петров Е. Двенадцать стульев: роман. Горький: Волго-вятское кн. изд-во, 1989. 269 с. В круглых скобках после цитаты указана страница.

устанавливает иерархию собеседников: договор предлагает заключить тот, кто является хозяином положения. Однако вводное слово *кстати*, уменьшительно-ласкательный суффикс субъективной оценки существительного и семантика прилагательного *небольшой* указывают на незначительность того, о чем хочет договориться Остап. Однако речь пойдет об очень важном аспекте. Воробьянинов соглашается, и Остап начинает излагать свои условия.

2.4. PX_4 – развитие инициативы (I этап).

3.4. Интенция – продемонстрировать компетентность и максимально завысить свои притязания.

Бендер: *В случае реализации клада я, как непосредственный участник концессии и технический руководитель дела, получаю шестьдесят процентов, а соцстрах можете за меня не платить. Это мне все равно* (32).

Канцеляризм *в случае реализации клада, непосредственный участник концессии, технический руководитель дела* придают высказыванию Бендера официальности и формируют образа делового и предприимчивого человека. При ведении деловых переговоров максимальное повышение ставки используется как прием для дальнейшей уступки и выхода на реально ожидаемый результат. Ипполит Матвеевич возмущенно протестует.

Бендер предельно завышает процент предполагаемого дохода, а затем будет его снижать. Предложение Воробьянинову не понравилось. Он *посерел* и назвал договор *грабежом среди бела дня*.

2.5. PX_5 – оценка встречного предложения.

3.5. Интенция – узнать условия партнера и раскритиковать их.

Бендер: *А сколько же вы думали мне предложить? – Н-н-ну, пять процентов, ну, десять, наконец. Вы поймите, ведь это же пятнадцать тысяч рублей! – Больше вы ничего не хотите? – Н-нет. – А может быть, вы хотите, чтобы я работал даром, да еще дал вам ключ от квартиры, где деньги лежат?* (32).

Ответ на данный вопрос необходим Бендеру для того, чтобы понять планы Воробьянинова и решить, как выстраивать коммуникацию дальше. Предложение получить пять или десять процентов Остапа не устраивает. Он задает риторические вопросы с очевидным отрицательным ответом. Ими Бендер указывает на неприемлемо низкую оценку его услуг. Ипполит Матвеевич, обескураженный резким и ироничным тоном Бендера, решает закончить разговор.

2.6. PX_6 – раскрытие намерений.

3.6. Интенция – сообщить о последствиях отказа от переговоров.

Воробьянинов: *В таком случае простите, <...> – У меня есть все основания думать, что я и один справлюсь со своим делом. – Ага! В таком случае – простите, <...> у меня есть не меньшие основания, как говорил Энди Таккер, предполагать, что и я один могу справиться с вашим делом* (32). Синтаксический параллелизм возражения Воробьянинова и ответа Бендера можно расценивать как ироничную имитацию речи собеседника, или передразнивание. Смысл данного высказывания Бендера – недовольство ответом Воробьянинова, насмешка над ним и демонстрация решимости одному завладеть драгоценностями.

2.7. РХ₇ – легализация присвоения чужого под видом благодеяния .

3.7. Интенция – психологически подавить собеседника.

Бендер: *Слушайте, господин из Парижа, а знаете ли вы, что ваши бриллианты почти что у меня в кармане! И вы меня интересуете лишь постольку, поскольку я хочу обеспечить вашу старость!* (32).

Таким высказыванием Остап отреагировал на возмущение Ипполита Матвеевича и инвективу *мошенник*. Обращение *господин из Парижа*, кроме иронической окраски (как в выражении *дорогой товарищ из Парижа*), имеет пренебрежительный оттенок.

Авторы отмечают произведенный Бендером эффект: *тут только Ипполит Матвеевич понял, какие железные лапы схватили его за горло* (32). Воробьянинов предпринимает еще одну попытку договориться, что свидетельствует о сопротивлении оказываемому психологическому давлению.

2.8. РХ₈ – развитие инициативы (II этап).

3.8. Интенция – психологически подавить собеседника.

Воробьянинов: – *Двадцать процентов, – сказал он угрюмо. – И мои харчи? – насмешливо спросил Остап. – Двадцать пять. – И ключ от квартиры?* (32).

Насмешливыми риторическими вопросами Остап обесценивает предлагаемые проценты и выражает имплицитное несогласие с предложением партнера. Выражение *ключ от квартиры* уже знакомо Воробьянинову. Он понимает, что договориться пока не получается. После этого Бендер вновь предлагает свой вариант раздела денег.

2.9. РХ₉ – развитие инициативы (III этап).

3.9. Интенция – психологически подавить собеседника.

Воробьянинов: *Да ведь это тридцать семь с половиной тысяч! – К чему такая точность? Ну, так и быть – пятьдесят процентов. Половина – ваша, половина – моя* (32).

Бендер указывает на мелочность Воробьянинова, который посчитал даже 500 рублей. Для Остапа это привычные деньги, за них он работать не станет. Затем, проявляя снисхождение (*ну, так и быть*), предлагает разделить сокровища поровну. Воробьянинова это не устраивает, тогда Бендер соглашается на 40 %.

2.10. РХ₁₀ – понижение статуса собеседника.

3.10. Интенция – психологически подавить собеседника.

Воробьянинов: – *Шестьдесят тысяч! – кричал Воробьянинов. – Вы довольно пошлый человек, – возражал Бендер, – вы любите деньги больше, чем надо. – А вы не любите денег? – взвыл Ипполит Матвеевич голосом флейты. – Не люблю. – Зачем же вам шестьдесят тысяч? – Из принципа!* (32). Бендер называет Воробьянинова *пошлым* человеком в значении «2. Низкий в духовном, нравственном отношении» [Словарь, 1960, стб. 1754]. Остап понижает статус Ипполита Матвеевича, обвиняя его в приоритете материальных ценностей над духовными. Тем самым он противопоставляет себя Воробьянинову. После этого Ипполит Матвеевич перестает торговаться.

2.11. РХ₁₁ – закрепление статусов коммуникантов.

3.11. Интенция – «де-юре» закрепить личностные и финансовые отношения компаньонов.

Бендер: – *Ну что, тронулся лед? <...> – Тронулся. – Ну, по рукам, уездный предводитель команчей! Лед тронулся! Лед тронулся, господа присяжные заседатели!* (с. 33).

Присказка Остапа *лед тронулся* (значение ‘начало положено’) также уже знакома Воробьянинову. Он ее не оспаривает, что косвенно свидетельствует о его согласии с условиями договора и установлении первенства Бендера.

Перлокутивный эффект выбранной тактики – коммуникативный успех Бендера. Манипулятору необходимо узнать информацию о сокровищах, и он использует различные уловки, языковые средства и приемы, чтобы добиться цели. Остап установил контакт с Ипполитом Матвеевичем, заключил с ним устный договор на получение прибыли от поиска драгоценностей и закрепил зависимое положение Воробьянинова.

Результатом исследования стало описание речевых ходов, реализующих тактику доминирования. Проведенный анализ позволяет более глубоко понять языковую личность Остапа Бендера.

Библиографический список

1. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Ком-Книга / URSS, 2006. 288 с.
2. Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1959. Т. 9: П – пнуть. 1482 стб.
3. Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1960. Т. 10: По – поясочек. 1774 стб.

ЯЗЫК КАК МАРКЕР ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: КОГНИТИВНЫЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ У МНОГОЯЗЫЧНЫХ ЛЮДЕЙ

LANGUAGE AS A MARKER OF ETHNIC IDENTITY: COGNITIVE AND BEHAVIORAL MANIFESTATIONS OF MULTILINGUAL INDIVIDUALS

Я.В. Шрайнер

I.V. Shrainer

Научный руководитель И.В. Дрыгина
Scientific adviser I.V. Drygina

Ключевые слова: *этническая идентичность, многоязычие, родной язык, культурная матрица, маркер идентичности.*

Аннотация. В статье анализируется роль языка как маркера этнической идентичности в условиях многоязычия. На основе проведенного интервью с представителями китайской, бурятской и английской этнических групп выявлено, что родной язык остается основой когнитивных и эмоциональных процессов, обеспечивая устойчивость идентичности. Вторые языки используются преимущественно в функциональных и адаптивных целях. Полученные данные подтверждают ведущую роль родного языка как ключевого символического кода этнической принадлежности.

Keywords: *ethnic identity, multilingualism, native language, cultural matrix, marker of identity.*

Abstract. The article examines the role of language as a marker of ethnic identity in multilingual contexts. Based on interviews with speakers from Chinese, Buryat, and English ethnic backgrounds, it is shown that the native language remains central to cognitive and emotional processes, ensuring identity stability. Second languages are used primarily for functional and adaptive purposes. The findings confirm the leading role of the first language as a key symbolic code of ethnic belonging.

В условиях глобализации и распространения гибридных форм идентичности особую значимость приобретает вопрос о том, что сохраняет целостность «Я» у человека, живущего в мультикультурной и многоязычной реальности. Язык все чаще рассматривается не только как средство коммуникации, но и как ключевой маркер этнической принадлежности, формирующий восприятие мира, эмоциональные реакции и поведенческие паттерны. Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью осмысления того, как язык, будучи глубоко интегрированным в когнитивные и аффективные структуры личности, выполняет функцию ядра этнического сознания, особенно в контексте многоязычия, когда индивид вынужден постоянно переосмысливать свою идентичность в диалоге между культурами.

Понятие многоязычия в современной лингвистике рассматривается как сложная динамическая система, в которой языки взаимодействуют, конкурируют

и дополняют друг друга в зависимости от контекста. Согласно концепции Франсуа Гросжена [Grosjean, 2010, 368 с.], многоязычный человек не «переключает» языки, как радиостанции, а использует их как единый репертуар, активируя нужный код в соответствии с ситуацией, собеседником или целью коммуникации. Это положение переворачивает традиционное представление о языке как о замкнутой системе и открывает путь к пониманию многоязычия как гибридной практики существования. В то же время этническая идентичность, как показывают исследования в рамках культурной антропологии и социальной психологии [Jenkins, 2008, 240 с.], представляет собой не фиксированную сущность, а процесс постоянного конструирования «себя» через противопоставление «другим». Она формируется на основе общих признаков – происхождения, традиций, религии, истории, – но главным и наиболее устойчивым маркером остается язык. Именно он служит не только средством общения, но и носителем культурной памяти, хранителем ценностей, норм и символических кодов, которые передаются из поколения в поколение.

Этнос традиционно понимается как сообщество, объединенное общим происхождением и культурной самобытностью. Однако в постмодернистской антропологии, особенно в работах Фредрика Барта [Barth, 1969, 160 с.], акцент переносится с содержания группы на ее границы – символические рубежи между «своими» и «чужими». Язык в этой модели выступает ключевым барьером: даже при полном владении лексикой и грамматикой говорящий с акцентом или неверной интонацией остается «не до конца своим». Вследствие этого язык становится не просто средством общения, а ритуалом принадлежности и маркером идентичности. Для многоязычных людей это создает внутреннее напряжение между интеграцией в новые культурные среды и сохранением связи с родными корнями.

Центральное значение в данном исследовании имеет концепция языковой картины мира (*Weltanschauung*) [Sapir, 1929, 207–214 с.], основанная на гипотезе лингвистической относительности Сэпира – Уорфа [Whorf, 1956, 288 с.]: каждый язык формирует уникальный способ восприятия реальности. Так, английский отражает индивидуализм через конструкции *I think, in my opinion*, тогда как китайский язык выражает коллективизм в формах типа 我们应该 (*wǒmen yīnggāi* – «мы должны») и 应该尊重长辈 (*yīnggāi zūnzhòng zhǎngbèi* – «должны уважать старших»). Эти различия сохраняются у полиглотов, становясь частью их когнитивного репертуара. Как отмечает А. Павленко [Pavlenko, 2014, 304 с.], многоязычный человек живет в нескольких «умственных вселенных», что проявляется в смене стилей мышления – от аналитического до интуитивного и метафорического.

Особенно наглядны поведенческие проявления многоязычия, свидетельствующие о влиянии языка на стиль общения, невербалику и черты характера. Это можно объяснить через понятие культурной матрицы – глубинной программы поведения, активируемой при использовании определенного языка

[Myers-Scotton, 1993, 320 с.]. Эксперименты нейролингвистов Харрис, Айчи-чеги и Глисон [Harris, Ayçiçeği, Gleason, 2006, 683–705 с.] показывают, что эмоциональные реакции, ругательства и молитвы чаще возникают на языке первой социализации, связанном с детством и семейным контекстом. Это указывает на формирование идентификационного ядра вокруг родного языка – центра «Я», на фоне которого реализуются другие идентичности. Использование второго языка может запускать иную культурную матрицу: например, в английском допустима прямая критика, в китайском – опосредованные формулировки, в бурятском – строгая иерархия и уважение к старшим. Переход между языками сопровождается не только лексическими изменениями, но и переключением всей поведенческой системы. Явление code-switching [Blommaert, 2010, 248 с.], в том числе бессознательное, также служит формой этнического позиционирования: завершение фразы на бурятском после начала на русском может подчеркивать эмоциональную глубину или символическую принадлежность.

В рамках данного исследования был проведен анализ данных, полученных в ходе интервью с тремя многоязычными полиглотами, представляющими разные этнические группы: один участник – китаец, свободно владеющий английским и русским языками; вторая участница – бурятка, говорящая на бурятском, русском, английском и китайском; третий – англичанин, владеющий русским, французским, немецким и хорватским языками. Интервью проводилось по единой методике, включающей три основных вопроса: на каком языке вам легче всего думать, меняется ли ваш характер при переходе на другой язык и происходят ли у вас бессознательные переключения между языками. Анализ ответов выявил глубокие различия в способах языкового самопозиционирования. Китайский респондент указал, что внутренний диалог происходит почти исключительно на китайском, особенно в ситуациях, связанных с моральным выбором, семейными обязанностями и размышлениями о будущем. Он отметил, что на английском он «говорит как менеджер», то есть рационально, структурированно, но без душевного отклика. Бурятская участница заявила, что на русском и английском она «может рассказать, но не может почувствовать», подчеркнув, что только на бурятском языке она способна выразить тоску по родине, почтение и любовь к предкам. Она также сообщила о частых бессознательных переключениях на бурятский в моменты сильных эмоций – особенно при общении с родителями. Что касается англичанина, он отметил, что другие неродные языки выполняют чисто утилитарную функцию: они позволяют ему путешествовать и работать, но не затрагивают его внутреннего мира. При этом у всех трех была зафиксирована тенденция к автоматическому возвращению к родному языку в стрессовых, эмоционально насыщенных или символически значимых ситуациях – например, при выражении страха, боли, благодарности или во сне.

Эти данные позволяют сделать вывод о том, что независимо от этнической принадлежности и степени владения иностранными языками, родной язык сохраняет статус ядра этнического сознания, тогда как дополнительные языки чаще выполняют адаптивные, профессиональные и ситуативные функции.

Таким образом, язык выступает не просто как средство коммуникации, а как фундаментальный маркер этнической идентичности, пронизывающий все уровни человеческого существования – от глубинных когнитивных процессов до внешних поведенческих проявлений. Он формирует уникальную культурную матрицу, которая включает в себя не только грамматику и лексику, но и способы мышления, эмоциональные реакции, моральные ориентиры и поведенческие шаблоны. У многоязычных людей эта матрица может быть многомерной, но всегда существует один доминирующий код – родной язык, который служит якорем идентичности, обеспечивающим преемственность «Я» сквозь временные и культурные перемены. Данные интервью с представителями китайской, бурятской и английской этнических групп подтверждают: независимо от степени владения иностранными языками, именно родной язык остается главным символическим ресурсом этнической принадлежности. Даже в условиях глобализации язык продолжает выполнять свою изначальную функцию – быть живым воплощением этнической памяти и ключевым маркером того, кто ты есть.

Библиографический список

1. Barth F. *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Boston: Little, Brown and Company, 1969. 160 p.
2. Blommaert J. *The Sociolinguistics of Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. 248 p.
3. Grosjean F. *Bilingual: Life and Reality* / François Grosjean. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2010. 368 p.
4. Taboo words and reprimands elicit greater autonomic reactivity in a first language than in a second language / Harris C.L., Ayçiçeği A., Gleason J.B. / *Applied Psycholinguistics*. 2006. Vol. 27, № 4. P. 683–705.
5. Jenkins R. *Social Identity*. 2nd ed. London; New York: Routledge, 2008. 240 p.
6. Myers-Scotton C. *Social Motivations for Codeswitching: Evidence from Africa* / Carol Myers-Scotton. Oxford: Clarendon Press, 1993. 320 p.
7. Pavlenko A. *The Bilingual Mind and What It Tells Us about Language and Thought* / Aneta Pavlenko. Cambridge: Cambridge University Press, 2014. – 304 p.
8. Sapir E. *The Status of Linguistics as a Science* / Edward Sapir // *Language*. 1929. Vol. 5, № 4. P. 207-214.
9. Whorf B.L. *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf* / edited by John B. Carroll. Cambridge, MA: MIT Press, 1956. 288 p.

ЯЗЫК ПИСАТЕЛЯ И ВОПРОСЫ
МЕТОДИКИ ЛИТЕРАТУРЫ

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ТЕМЫ ВОЕННОГО ДЕТСТВА НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРЫ В ШКОЛЕ: ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ МЕТОДИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

APPROACHES TO STUDYING THE TOPIC OF WAR-TIME CHILDHOOD AT SCHOOL LITERATURE CLASSES: PROBLEMS OF MODERN METHODOLOGY AND WAYS OF SOLVING THEM

М.В. Моцаренко

M.V. Motsarenko

Научный руководитель Н.В. Уминова
Scientific adviser N.V. Uminova

Ключевые слова: тема военного детства, методика преподавания литературы, современная подростковая литература, Э. Веркин, А. Жвалевский и Е. Пастернак, Ю. Яковлев, методические рекомендации, 5-й класс, 6-й класс.

Аннотация. Статья посвящена актуальным вопросам изучения темы военного детства на уроках литературы в общеобразовательной школе. В работе рассматриваются различные методические подходы к исследованию данной темы, выявляются ключевые проблемы, возникающие при ее изучении, и предлагаются возможные пути их решения. Особое внимание уделяется формированию у учащихся понимания важности сохранения исторической памяти через литературное наследие, а также развитию эмоционального восприятия произведений, отражающих военные события глазами детей.

Keywords: military childhood theme, methods of teaching literature, modern adolescent literature, E. Verkin, A. Zhvalevsky and E. Pasternak, Yu. Yakovlev, methodological recommendations, 5th grade, 6th grade.

Abstract. The article is devoted to topical issues of studying the topic of war-time childhood at literature lessons in secondary schools. The paper examines various methodological approaches to the study of this topic, identifies key problems that arise during its study, and suggests possible solutions. Special attention is paid to the formation of students' understanding of the importance of preserving historical memory through literary heritage, as well as the development of emotional perception of works reflecting war events through the eyes of children.

Патриотическое воспитание детей всегда играло значимую роль в образовании. «После окончания Великой Отечественной войны начинается огромный трудовой подъем народа, стремившегося в короткий срок залечить раны, нанесенные Родине. Перед советской детской литературой встали задачи правильного воспитания молодого поколения в новый исторический период» [Детская литература, 1989, с. 192]. В связи с этим произведения военной тематики включались в школьный курс литературы. Однако на рубеже XX–XXI вв. появляются такие понятия, как «детское» и «недетское» чтение о Великой Отечественной войне, которое стало чаще звучать в связи тем,

что новое поколение детей и подростков не может и не должно травмироваться «недетскими» трудными вопросами, связанными с военной драматической судьбой целого поколения людей (детей, женщин, стариков, солдат, офицеров, переживших Великую Отечественную войну)», – поясняет О.Н. Дегтярева [Дегтярева, 2021, с. 187]. В образовательной программе нового поколения в список обязательной литературы включены произведения, посвященные войне. Современное образование пополняет список литературы прозаическими детскими произведениями о Великой Отечественной войне и таким образом расширяет возможности в обсуждении этой темы.

Современное школьное образование предлагает ряд ресурсов, к которым учитель может обращаться при подготовке к уроку. Среди таких ресурсов выделяем учебники; готовые уроки, расположенные на платформе «Библиотека цифрового образовательного контента»; педагогические сайты. Кратко рассмотрим каждый из них.

Анализ цифровых ресурсов от ФГБНУ «Институт содержания и методов обучения» и учебников показал, что глубинный анализ текстов художественных произведений отсутствует. При разнообразии методов и приемов на уроках из библиотеки ЦОК наблюдается поверхностное изучение произведений, а при более основательном анализе произведений в учебнике используются однообразные вопросы и задания. Кроме того, военная тематика рассматривается в аспекте «человек на войне»: не делается акцент на образе ребенка и в целом на теме военного детства. Таким образом, можно отметить отсутствие интересного и комплексного подхода к изучению произведений, посвященных теме военного детства. Художественные тексты современной детско-подростковой литературы не представлены в учебниках.

При обращении к повести Э. Веркина «Облачный полк» опытные педагоги и методисты предлагают следующие приемы и методы. В рамках этапа мотивации и актуализации знаний можно обратиться к стихотворению Р. Гамзатова «Журавли», которое «позволит найти неожиданный поворот в объяснении названия книги о войне современного писателя» [Грешилова, 2020, с. 82]. А.Г. Ноготкова рекомендует создать музей проживания одной книги [Ноготкова, 2022, с. 73]. М.Е. Старостина предлагает на уроках внеклассного чтения в 9–10-х классах несколько вариантов изучения произведения. Наиболее интересными приемами, на наш взгляд, являются следующие: 1) написание эссе: «Леня Голиков – историческая личность и литературный герой», «Личность и история»; 2) создание заметки, дневниковой записи или эссе о своих впечатлениях о повести «Облачный полк» в социальных сетях или с использованием специальных сервисов типа Blogger.com, ЖЖ (LiveJournal) [Старостина, 2021].

Особое внимание уделим системе уроков, которая была предложена Н.Е. Кутейниковой [Кутейникова, 2017]. Первый урок включает в себя две стадии: 1) рефлексия, предваряющая чтение, в рамках которой предполагается работа с заглавием; 2) чтение и обсуждение главы первой, организованного с помощью приема смыслового чтения. Второй урок предусматривает дифференцированный

подход, исходя из «читательской ситуации» в классе: 1) проведение классных и внеклассных мероприятий по теме; 2) предваряющие задания (подготовить устный связный рассказ об одном дне в партизанском отряде). Заключительным этапом является урок-обобщение по теме или внеклассное мероприятие обобщающего характера. Предложенный вариант работы с повестью Э. Веркина «Облачный полк» имеет вид целостной системы с разнообразием методов и приемов.

Таким образом, рассмотренные выше ресурсы, несмотря на наличие положительных аспектов (разнообразие методов и приемов, соблюдение требований ФГОС), имеют ряд минусов, ключевой из которых – отсутствие системности в подходе к изучению произведений современной детско-подростковой литературы на тему военного детства. В связи с этим обозначим возможный вариант изучения романа-сказки А. Жвалевского и Е. Пастернак «Правдивая история Деда Мороза» на уроках литературы в 5-м классе и повести «Облачный полк» Э. Веркина – в 6-м классе (табл.).

Класс	Количество уроков	Тема урока и художественный материал	Рекомендованные формы работы
5 класс	3 урока	«Я просто хотела быть ребенком»: история Тани Савичевой по рассказу Ю. Яковлева «Девочки с Васильевского острова»	Технология визуализации: работа с фотографией ребенка довоенного времени. Работа в парах по составлению вопросов к рассказу на основе ключевых слов. Обмен вопросами и их обсуждение. Технология развития критического мышления через чтение и письмо: составление синквейна «Дети блокадного Ленинграда».
		«Война меняет все и всех» в романе-сказке А. Жвалевского и Е. Пастернак «Правдивая история Деда Мороза»	Технология развития критического мышления через чтение и письмо: смысловое чтение с выделением ключевых деталей. Технология визуализации: создание графического портрета ребенка довоенного времени и ребенка блокадного Ленинграда. Сопоставительная работа. Технология развития критического мышления через чтение и письмо: составление диаманты
		«Дети блокадного Ленинграда»: урок-обобщение	Технология творческой мастерской с элементами театрализации. Деление на 4 группы: костюмеры (изображают атрибуты одежды героев), реквизиторы (создают декорации для постановки), художники (рисуют афишу), актеры (театральная постановка). Представление и защита проделанной работы
6 класс	2 урока	Произведения отечественных писателей на тему военного детства. Повесть Э. Веркина «Облачный полк»	Технология интеграции живописи и литературы: работа с репродукцией картины, ее описание. Работа с вопросами проблемного и частично-поискового характера
		Повесть Э. Веркина «Облачный полк» в графической адаптации	Знакомство с графическим романом о войне глазами детей К. Кретовой «Война vs Детство». Создание графической адаптации фрагментов повести. Защита рисунков, ответы на вопросы по визуальному представлению сюжета

Методическая система прошла апробацию в 2024–2025 учебном году. Анализируемые произведения вызвали у обучающихся интерес и способствовали их активной работе на уроках. Пятиклассники отметили глубину темы военного детства и ее трагичность в романе-сказке А. Жвалевского и Е. Пастернак. Обучающиеся шестых классов более подробно остановились на обсуждении идейно-тематического своеобразия повести Э. Веркина и выявили сложность сюжетно-композиционного уровня. В работе с разновозрастными школьными группами необходимо расставлять разные акценты и обращать внимание на актуальные для конкретного класса вопросы. Школьники отметили уместность визуализации при работе с кластером и графическими текстами, поскольку это способствовало более глубокому пониманию отличий детей блокады и довоенного времени и специфики темы военного детства.

Библиографический список

1. Грешилова И.А. «Открытая этика» уроков литературы, посвященных теме Великой Отечественной войны // Забайкальские Рождественские образовательные чтения. Великая Победа: наследие и наследники: материалы IX научно.-практической конференции (региональный этап Международных Рождественских образовательных чтений), Чита, 03–09 декабря 2019 г. Чита: Забайкальский государственный университет, 2020. С. 78–83.
2. Дегтярева О.Н. Детское и «недетское» чтение о войне сегодня: об актуальности своевременного диалога с юными читателями о Великой Отечественной войне // Правда о войне в художественных интерпретациях. К юбилею Победы: материалы XXV Шешуковских чтений, Москва, 31 января 2020 года / под общ. ред. Л.А. Трубиной. М.: Московский педагогический государственный университет, 2021. С. 185–193.
3. Детская литература: учеб. пособие для учащихся пед. уч-щ по спец. № 03.08 «Дошк. воспитание» / В.П. Аникин, В.В. Агеносов, Э.З. Ганкина и др.; под ред. Е.Е. Зубаревой. 3-е изд., дораб. М.: Просвещение, 1989. 399 с.
4. Кутейникова Н.Е. Навигатор по современной отечественной детско-подростковой и юношеской литературе: методические рекомендации / Н.Е. Кутейникова. М.: МАЭСТРО ПлаТинум, 2017. 158 с.
5. Ноготкова А.Г. Музей проживания книги как технология работы с художественным текстом. Эдуард Веркин «Облачный полк» // Детская книга: теория, практика, перспективы: матер. Всеросс. науч. конф. с междунар. участием (Ярославль, 14–15 ноября 2022 г.) / сост. Е.В. Красулина, О.Н. Скибинская. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2022. С. 71–78.
6. Старостина М.Е. Вариативность изучения современной прозы о войне в 9–10 классах (на примере романа Э. Веркина «Облачный полк») // Проблемы современного филологического образования: сб. науч. ст. XI Всеросс. науч.-практ. конференции, Москва, 21 апреля 2021 г. М.; Ярославль: Ремдер, 2021. Вып. XIX. С. 120–124.

МЕТАФОРИКА ЗОЛОТА В РУССКИХ ПОЭТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ И БРЕНДИНГЕ

THE METAPHOR OF GOLD IN RUSSIAN POETIC TEXTS AND BRANDING

П.Н. Левкова

P.N. Levkova

Научный руководитель А.В. Михайлов
Scientific adviser A.V. Mikhaylov

Ключевые слова: *метафора золота, русская литература, российский брендинг, коннотация, авторская идея.*

Аннотация. Статья направлена на выявление вариантов коннотации слов, образованных от корней «злат» и «золот», в русских поэтических текстах и в брендинге.

Keywords: *the metaphor of gold, Russian literature, Russian branding, connotation, author's idea.*

Abstract. The article aims to identify the connotations of words derived from the roots 'zlat' and 'zlot' in Russian poetic texts and in branding.

В работе рассматривается тема метафорика золота в русских поэтических текстах и рекламе. Обратиться к данному вопросу нас подтолкнули серии мастер-классов заместителя директора по связям с общественностью золотодобывающей компании «Полис» В.С. Васильевой, организацией которых на протяжении нескольких лет занимается СибГУ имени академика М.Ф. Решетнева.

Золото принадлежит к благородным металлам, не вступает в химические реакции с большинством элементов, включая кислород, что придает металлу устойчивость к коррозии и окислению, делает его почти вечным. Отличительными признаками процесса добычи являются его сложность и высокая стоимость. Именно эти особенности золота и повлияли на коннотации лексемы «золото» в русских художественных текстах.

Широкое употребление прилагательного «золотой» можно встретить в творчестве Федора Абрамова. В его произведениях оно указывает не только на материал, из которого изготовлена вещь: «Заранее заказывайте орден, а то и звездочку *золотую*» («Алька») (здесь и далее примеры из произведений литературы указываются по Национальному корпусу русского языка. – П.Л.); «Ей давно хотелось иметь *золотое* кольцо, в моде нынче они, и в последний раз она прямо сказала: без кольца больше не заявляйся» («Дом»), – но и на черты, присущие человеку.

Так, например, в романе «Дом» Федор Абрамов пишет: «И понимаешь, кое-кто из старушек клюнул: охота полежать в хорошем гробике, *золотые руки* у мужика». Словосочетание «золотые руки» является фразеологизмом, употребляемым по отношению к человеку, способному хорошо выполнять ручную работу.

В произведениях писателя прилагательное «золотой» часто употребляется по отношению к характеру личности: «И не за лодочку бы послал – хороший мужик был, золотой человек» (Трава-Мурава // Огонек). Так Федор Абрамов описывает людей, вызывающих симпатию своими личностными качествами.

В произведениях А.С. Пушкина нередко фигурируют слова, образованные от корней «злат-» и «золот-». Определение «золотой» в основном применяется автором для описания материала или цвета, присущего вещи: «Голицын получил *золотую* чашу весом в 9 фунтов, кафтан в 500 рублей да в Нижнем Новгороде волость Богородицкую (3000 дворов). («История Петра: Подготовительные тексты (1835–1836)»); «Сильвио встал и вынул из картона красную шапку с *золотой* кистью, с галуном (то, что французы называют *bonnet de police*); он ее надел; она была прострелена на вершок ото лба» («Повести покойного Ивана Петровича Белкина / Выстрел (1830)»).

Автор также использует и сложные существительные, такие как «златоцвет», «златокудрый», «златоглавый». Прилагательное «золотой» встречается и в названии произведения А.С. Пушкина: «Сказка о золотом петушке». Писатель делает это для создания ярких художественных образов и сказочной атмосферы в созданных им мирах.

В произведениях А.С. Пушкина образ золота раскрывается и в негативном ключе, показывая алчность и человеческую зависимость от материального богатства. Так, в маленькой трагедии «Скупой рыцарь» он пишет: «Как молодой повеса ждет свиданья // С какой-нибудь развратницей лукавой // Иль дурой, им обманутой, так я // Весь день минуты ждал, когда сойду // В подвал мой тайный, к верным сундукам // Счастливый день! могу сегодня я // В шестой сундук (в сундук еще неполный) // Горсть *золота* накопленного всыпать. // Не много, кажется, но понемногу // Сокровища растут» [Цит. по: Беляев, 2024].

Использование слов с корнем «злат-» и «золот-» в пушкинском творчестве становится не просто художественным приемом, но и важным элементом поэтической системы, помогающим создать особый, возвышенный стиль повествования.

Негативный характер образ *золото* приобретает и в романе О.М. Куваева «Территория», где оно выступает как «презренный металл», несущий разрушение и разлад. Золото становится причиной как внутренних, так и межличностных конфликтов. Герои, одержимые идеей найти драгоценный металл, часто превращаются в бездушных искателей выгоды, теряя человеческие черты, присущие им [Куваев, 2019].

О.М. Куваев умело показывает, как золото меняет людей, обнажая их истинные лица. Отношение к нему становится своеобразным испытанием для героев, проверяя их моральные принципы и человеческую сущность. В романе автор создает яркий контраст между благородством истинных ценностей и разрушительной силой золота как символа материального благополучия.

В романе «На скалах и долинах Дагестана» Ф. Ф. Тютчев пишет: «На таком коне от черта ускакать можно, не только что от чеченцев, – *золото*, а не конь, – одобрительно поцокал языком Дорошенко, провожая глазами быстро уменьша-

ющуюся точку, в которую мало-помалу превратился Спиридов с своим Карабахом». Русский писатель сравнивает коня с золотом, с прочным, надежным и ценным металлом, показывая значимость этого животного, его силу и выносливость. Вместо того чтобы описывать все положительные качества коня, автор называет его «золото», давая читателю самостоятельно понять его важность.

Похожий смысл в слово «золото» вкладывает и М.А. Зенкевич: «И казалось, что поэтическая алхимия раскрыта, что теперь уже каждый поэт сможет по этим каббалистическим рецептам изготавливать чистое *золото* поэзии («Мужицкий Сфинкс»). Таким образом, словосочетание «золото поэзии» означает поэтическое произведение, которое западает в душу своей складностью, смыслом и красотой [Зенкевич, 1994].

В современном мире поэтические образы, поэтические приемы часто используются в стратегии и тактике брендинга, становясь неотъемлемой частью инструментария формирования уникального имиджа компаний. Особенно ярко это проявляется в использовании слов, образованных от корней «злат-» и «золот-», в названиях брендов и их рекламных слоганах для создания мощной ассоциативной связи и эмоционального отклика у потребителей.

Одним из ярких примеров использования корня «злат-» в брендинге является название коттеджного поселка в пригороде Анапы «Златоград». Жилой комплекс расположен в живописном месте в экологически чистом районе. Название создает ощущение престижности и высокого статуса, что может быть привлекательным для потенциальных жителей. Есть и другая коннотация корня «злат-» в названии коттеджного поселка. У многих потенциальных покупателей недвижимости это название может ассоциироваться со сказками, которые они читали в детстве, а следовательно, вызвать теплые эмоции от воспоминаний о беззаботном периоде.

Название продуктового магазина «Золотой ключик» играет важную роль в восприятии бренда и привлекает внимание покупателей благодаря использованию слова «золото».

Во-первых, «золото» всегда являлось символом престижа и богатства. Высокая цена на этот драгоценный металл делала его недоступным для некоторых слоев населения. Поэтому наличие золота у человека указывало на его высокий имущественный статус. Образ золота как символа финансового благополучия в использовании названия магазина или бренда может указывать на большую стоимость, эксклюзивность и «премиальность» предлагаемого товара.

Во-вторых, золото – почти вечный металл. Его прочность и устойчивость к химическим реакциям позволяет ему быть невероятно надежным, что уменьшает количество сомнений насчет его срока службы среди обладателей и потенциальных покупателей. Таким образом, слово «золото» в названии магазина может указывать на высокое качество товаров, предлагаемых в нем.

Использование слова «золото» и производных от него в слоганах компаний дает большую возможность ассоциативного воздействия на потенциального клиента, поскольку именно эти короткие фразы передают основную цель проекта.

Например, в программе по продвижению Гурьевского муниципального округа (Кемеровская область), представленной в коммуникационном проекте на конкурсе «Серебряный Лучник», используется слоган «Найди свое *золото*». В данном случае слово «золото» в первую очередь означает ‘духовные ценности’. Эта фраза позволяет каждому человеку представить свой идеальный образ жизни в Гурьевске, ведь *золото* вызывает впечатление успеха, богатства и нравственной возвышенности. Такой вдумчивый подход к подбору слов в брендинге повышает заинтересованность целевой аудитории к предложениям кампании.

В брендинге золото может использоваться не только в слоганах и названиях, но и в цветовой палитре логотипа и брендированных вещей, вызывая у потенциальных покупателей ассоциативную связь или указывая на основной способ заработка кампании. Так, например, в цветовую гамму золотодобывающей кампании ООО «Полюс» входят насыщенный желтый и черный. Таким образом, логотип ООО «Полюс» за счет использования в нем желтого цвета, близкого к настоящему оттенку золота, позволяет людям, не знающим о том, чем занимается компания, догадаться, что род ее деятельности связан с золотом.

Таким образом, в брендинге можно проследить интересную трансформацию: поэзия, заключенная в слове «золото», продолжает творить свою магию, помогая создавать образы, которые запоминают и вызывают доверие.

Слова, образованные от корня «злат» / «золот-», в поэзии и брендинге могут иметь разные коннотации. В зависимости от контекста *золото* может ассоциироваться с духовным богатством, материальным достатком, заветной мечтой или даже человеческим эгоизмом и алчностью.

Библиографический список

1. Беляев Д.А. К юбилею А.С. Пушкина [Электронный ресурс] // Русская народная линия. 2024. 8 июня. URL: https://ruskline.ru/opp/2024/06/08/k_yubileyu_as_pushkina
2. Зенкевич М.А. Сказочная эра: стихотворения / сост., вступ. ст. и примеч. В.А. Резвого. СПб.: Академический проект, 1994. 349 с.
3. Куваев О.М. Территория // О.М. Куваев. Собрание сочинений: в 2 т. М.: Молодая гвардия, 2019. Т. 1. С. 15–280.

ВОПРОСЫ МЕТОДИКИ РУССКОГО ЯЗЫКА И РКИ

СТРУКТУРНЫЕ ТИПЫ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕМАХ УРОВНЕЙ А1 И А2

SENTENCE STRUCTURAL PATTERNS WITHIN A1 AND A2 COMMUNICATIVE TOPICS

Ю.А. Аксенов

Yu.A. Aksenov

Научный руководитель В.И. Пихутина
Scientific adviser V.I. Pikhutina

Ключевые слова: предложение, минимальная предикативная схема, коммуникативная тема, уровень А1, уровень А2, учебник, РКИ.

Аннотация. В статье предлагается анализ коммуникативного раздела учебника Н.Б. Каравановой «Русский язык: для подготовки к тестированию: на элементарный и базовый уровни владения русским языком, для приема в гражданство Российской Федерации, на получение разрешения на право трудовой деятельности в Российской Федерации» в соответствии с типологией минимальных предикативных схем В.А. Белошапковой.

Keywords: sentence, minimal predicative pattern, communicative topic, A1 level, A2 level, textbook, RFL.

Abstract. The article offers an analysis of the communicative skills chapter of the textbook ‘Russian language: to pass an A1/A2 testing, to become a Russian citizen, to work legally in the Russian Federation’ by N.B. Karavanova. The analysis is conducted according to the minimal predicative pattern typology by V.A. Beloshapkova.

При обучении построению простого предложения на уроках русского языка как иностранного большое значение имеет тип предикативной основы, рассмотрением которого занималась В.А. Белошапкина при разработке типологии минимальных предикативных схем. Указанная типология в существенной степени эффективности применима для дальнейшего анализа.

В качестве предмета анализа выбран материал учебника Н.Б. Каравановой «Русский язык: для подготовки к тестированию: на элементарный и базовый уровни владения русским языком, для приема в гражданство Российской Федерации, на получение разрешения на право трудовой деятельности в Российской Федерации». В настоящем учебнике подобраны актуальные коммуникативные темы, соответствующие заявленным уровням А1 и А2, дозированно подается грамматика (по количеству тем на урок), что не перегружает восприятие обучающихся и позволяет отработать навыки по конструированию разных типов предложения.

Рассматриваются предложения, регулярно повторяющиеся, входящие в коммуникативные модели в рамках предлагаемых в учебнике уроков. Предложения, встречающиеся относительно редко, например для создания контекста, не анализируются. Также отдельно не анализируются неполные предложения, в восстановленном виде соответствующие какой-либо предикативной схеме.

Коммуникативный раздел представлен 15 уроками. Предложения анализируются в рамках этого раздела.

В 1-м уроке «Кто это? Что это? Люди, вещи, животные» для изучения предлагаются нераспространенные двусоставные предложения: «Это стол», «Это не Виктор» – или эллиптические предложения: «Там шкаф». Указанные нераспространенные двусоставные предложения соответствуют минимальной предикативной схеме типа N1CopfN1/5, эллиптическое предложение – CopfN1. В данном случае схема N1CopfN1/5 указывает на наименование денотата в соответствии с типом, именем и т.п. (в том числе и его отрицание). Схема CopfN1 сообщает о существовании, бытийности денотата. Эти синтаксические средства позволяют обучающимся начального уровня вводить в коммуникацию предметы и в широком плане характеризовать их.

Во 2-м уроке «Семья. Принадлежность вещей» предлагаются предложения: «Это мой брат», «Он студент», «Здесь мои вещи» (и подобные). С точки зрения предикативного минимума предложения в рамках этой темы имеют те же структурные схемы и семантику. Далее повторяющиеся схемы рассматриваться не будут.

3-й урок «Цвета. Качества предметов. Характеристики людей. Местоположение объектов и людей» содержит уже предложения следующего вида: «Твой учебник на столе», «Они (часы) дешевые». «Твой учебник на столе» – N1CopfN2...pr/Advpr. «Они (часы) дешевые» – N1CopfAdjf/1/5. Посредством первой структуры обучающиеся могут сообщить о нахождении предмета относительно другого предмета или в определенном месте, посредством второй – дать качественную или оценочную характеристику предмета.

В 4-м уроке «Знакомство. Фамилия, имя, отчество. Формулы приветствия и прощания. Формулы извинения и просьбы. Русские фамилии и отчества» появляется предложение «Меня зовут Виктор». Ему соответствует схема VprI3. Данная конструкция сообщает о действиях неопределенного, широкого круга лиц.

В 5-м уроке «Возраст. Семейное положение» встречается новый вид предложения «У Антона нет брата». Это предложение соответствует минимальной предикативной схеме Cops3/nN2...pr/Advpr. В рамках предлагаемого для изучения материала данная схема выражает отсутствие.

6-й урок «Место работы или учебы. Дни недели» содержит предложение вида «Он работает». Предложение «Он работает» имеет схему N1Vf в полной реализации. В широком смысле данная схема обозначает действие субъекта, его состояние, отношение, существование.

В 9-м уроке «Ориентация в городе. Виды транспорта. Местоположение объекта, и как до него добраться» встречаются новые виды предложений «Как дойти до рынка?» и «Вам нужно ехать на автобусе номер 25». Первое соответствует схеме InfCopfN2...pr/Advpr, второе – схеме InfCopfAdjf/1/5. Обе схемы при незначительных различиях обозначают потенциальные действия, которые могут не относиться к конкретному субъекту, что продиктовано использованием в них инфинитива.

В 13-м уроке «Здоровье. Самочувствие. Погода. Любимое время года» впервые встречаются виды предложений «Мне хочется спать» и «Мне плохо». Минимальная предикативная схема предложения «Мне хочется спать» имеет вид InfVs3/n. Предложение «Мне плохо» соответствует схеме Cops3/nAdjfsn. В рамках учебного материала данные схемы хорошо подходят для выражения состояния субъекта, что вполне определяется тематикой урока.

Ранее не рассматривавшихся типов предложений не обнаруживается в следующих уроках: 7-й урок «Место жительства, адрес. Национальность. Язык», 8-й урок «Дата и место рождения. Год, времена года, месяцы», 10-й урок «Завтрак, обед и ужин. Планы на выходные дни. Отпуск, каникулы», 11-й урок «Время. Разговор по телефону. Приглашение в кафе, в театр», 12-й урок «В магазине. Выбор и оплата покупок. Продукты и одежда», 14-й урок «Праздники. Поздравления и пожелания. Пишем открытки», 15-й урок «Свободное время. Увлечения, хобби, идем в гости. В гостях».

Как мы можем заключить по итогу анализа в данном учебнике преимущественно (но не исключительно) встречаются личные предложения с глагольным и именным сказуемыми, а также безличные предложения с глагольным и именным сказуемыми. Основные типы предложений вводятся в первых 6 уроках. Далее до конца настоящего коммуникативного курса они преимущественно повторяются, что вполне соответствует динамике подачи материала уровней А1 и А2.

Библиографический список

1. Караванова Н.Б. Русский язык: для подготовки к тестированию: на элементарный и базовый уровни владения русским языком, для приема в гражданство Российской Федерации, на получение разрешения на право трудовой деятельности в Российской Федерации. М.: АСТ: Астрель, 2013. 320 с.
2. Современный русский язык: учебник для филол. спец. ун-тов / В.А. Белошапкова, Е.А. Земская, И.Г. Милославский, М.В. Панов; под ред. В.А. Белошапковой. М.: Высшая школа, 1981. 560 с.

ТЕКСТ КАК СРЕДСТВО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ФИЛОЛОГОВ

TEXT AS AN INSTRUMENT OF TEACHING INTERNATIONAL PHILOLOGY STUDENTS

Д.С. Потылицына

D.S. Potylitsyna

Научный руководитель И.В. Ревенко
Scientific adviser I.V. Revenko

Ключевые слова: *текст, филология, средство обучения, высшее образование, терминология.*

Аннотация. Статья направлена на рассмотрение роли текста в обучении филологов, выявление его функций и особенностей, а также на формирование рекомендаций по эффективному использованию текста в учебном процессе.

Keywords: *text, philology, instrument of teaching, higher education, terminology.*

Abstract. The article is aimed at examining the role of text in teaching philologists, identifying its functions and features, as well as making recommendations on the effective use of text in the educational process.

Описание средств обучения является одной из ключевых задач современной педагогической науки и методики, поскольку именно через четкое и систематизированное представление образовательных инструментов обеспечивается их эффективное использование. Актуальность данного направления связана с постоянным развитием технологий и разнообразием методов обучения, что требует подробного анализа и категоризации средств для оптимального подбора в конкретных образовательных условиях.

Средства обучения – «все объекты и процессы (материальные и материализованные), которые служат источником информации и инструментами (собственно средствами) для усвоения содержания учебного материала, развития и воспитания учащихся» [Теоретические..., 1989, с. 187].

Текст – одно из ключевых средств обучения в филологическом образовании, так как текст является не просто носителем информации, но и инструментом для формирования профессиональных компетенций. Гибкость данного средства обучения позволяет создавать различные виды упражнений, адаптированных под уровень подготовки студентов и конкретные образовательные цели. В связи с этим особое значение приобретает осмысление текста как комплексного средства обучения, учитывающего его специфику и профильную подготовку студентов.

С данной точки зрения текст является универсальным средством обучения, обладающим рядом особенностей, таких как многофункциональность (возможность использовать текст для развития разных навыков и формирования компетенций), адаптивность, коммуникативность (отражение реальных языковых

ситуаций). Благодаря такому свойству текста, как «последовательность», студенты могут получать информацию упорядоченно и структурированно, что существенно облегчает восприятие новых знаний.

Текст в филологическом образовании, помимо своей прямой функции, – передачи информации, выступает средством формирования языковых компетенций, поскольку обладает определенным лингводидактическим потенциалом. Грамотно подобранный текст увеличивает словарный запас и способствует практическому освоению грамматических конструкций с помощью контекста, что является особенно важным для иностранных студентов.

Кроме того, текст может быть смоделирован специально в учебных целях, например, может быть насыщен языковыми единицами, показательными для выработки практических навыков. Также учебный текст может содержать информацию, значимую для формирования социокультурной компетенции: способствовать развитию речевой культуры, расширять кругозор, создавать представление о специфике коммуникации. Таким образом, текст отражает особенности национальной культуры, выполняет образовательные и обучающие функции, а также помогает формировать всесторонне развитую личность и квалифицированного специалиста [Каразакова, 2016].

Для профильного обучения в области филологии, выдвигаются специфические требования к подбору и структуре учебных текстов. Такие тексты должны обеспечивать:

- соответствие лексико-грамматического состава уровню и профилю студентов;
- наличие культурного и профессионального содержания, способствующего формированию профильных компетенций;
- использование различных форм работы с текстом (анализ, пересказ, лексические упражнения, дискуссии), направленных на глубокое понимание и активное использование материала.

Для формирования навыков работы с живым языком в филологическом образовании важна работа с аутентичными текстами – оригинальными, созданными в реальных коммуникативных ситуациях. Такие тексты отражают актуальные языковые нормы, вариативность и динамику языка.

Аутентичный текст – «подлинный текст..., соответствующий по содержанию тексту на другом языке...» [Лукашук, 2016].

Тем не менее иностранные студенты, изучающие филологию, имеют проблемы в знании терминологии, которая является неотъемлемой частью аутентичных научных текстов. Таким образом, при отборе текстов первоочередным этапом является оценка исходного материала с целью определения его соответствия заявленному уровню обучаемых. Онлайн-сервис «Текстомер» позволяет объективно определить, насколько уровень текстового материала соответствует заявленному [Лапошина, Лебедева, 2021]. Степень адаптации текста в таком случае понижается по мере роста уровня студентов.

Обработка такой информации, как факты и ключевые слова, является первым этапом стратегии адаптации текста. Следующий этап данной стратегии – обработка с учетом категорий текста и лексического, морфологического и синтаксического уровней. На заключительном этапе необходимо при необходимости сократить текст путем преобразования сложных грамматических структур в более простые [Руженцева, 2022].

При адаптации текста замена сложных слов и выражений на более простые называется синонимической заменой. Такая методика является одной из самых популярных. Работа с синонимами и словарями развивает у студентов языковую догадку, необходимую для осознанного отношения к лексике и умения верного толкования терминологических единиц в контексте.

Правильная адаптация предполагает последовательное и точное использование терминологии в тексте. Обилие терминологии разрушает мотивацию студента, мешает формировать профессиональный словарь, который должен быть устойчивым. Повышением эффективности при использовании терминов в тексте является контекст, способствующий облегченному запоминанию терминологической единицы.

Специальность обучения является важнейшим аспектом при подборе текстового материала. Задачей текста в данном аспекте является формирование научного кругозора, при котором происходит углубление профессиональных филологических знаний.

Текст является комплексным языковым материалом и может эффективно развивать все виды речевой деятельности, включая говорение, в частности, при помощи следующих упражнений.

– Интервью и ролевые игры на основе текста, стимулирующие активное использование речевых навыков.

– Обсуждение и анализ текстового содержания, развивающие умение формулировать собственное мнение и аргументировать его.

– Пересказ и синтез информации, тренирующие структурирование речи и использование в ней лексических средств.

– Проектные работы и презентации на основе текстовых материалов, формирующие навыки публичного выступления и монологической речи.

Текст, будучи универсальным и ключевым инструментом в обучении филологов, обеспечивает освоение не только языковых структур, но и стилистики, а также отражает культурный контекст. Благодаря текстам у будущих специалистов развивается и пассивное понимание, и активное владение речью.

Библиографический список

1. Каразакова З.Ж. Текст как основное средство развития коммуникативных компетенций // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 7-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tekst-kak-osnovnoe-sredstvo-razvitiya-kommunikativnyh-kompetentsiy> (дата обращения: 14.10.2025).

2. Лапошина А.Н., Лебедева М.Ю. Текстометр: онлайн-инструмент определения уровня сложности текста по русскому языку как иностранному // Русистика. 2021. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tekstometr-onlayn-instrument-opredeleniya-urovnya-slozhnosti-teksta-po-russkomu-yazyku-kak-inostrannomu> (дата обращения: 14.10.2025).
3. Лукашук И.И. Аутентичный текст // Большая российская энциклопедия. [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://old.bigenc.ru/law/text/1840295?ysclid=mgqnl7sw9426471028> (дата обращения: 14.10.2025).
4. Руженцева Н.Б. Аутентичный текст и способы его адаптации в системе преподавания русского языка как иностранного // Лингвокультурология. 2022. № 16. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/autentichnyy-tekst-i-sposoby-ego-adaptatsii-v-sisteme-prepodavaniya-russkogo-yazyka-kak-inostrannogo> (дата обращения: 14.10.2025).
5. Теоретические основы процесса обучения в советской школе / под ред. В.В. Краевского, И.Я. Лернера. М., 1989.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Аксенов Юрий Александрович – магистрант 2-го курса, КГПУ им. В.П. Астафьева;
e-mail: kehlibar@mail.ru

Арепьева Полина Викторовна – магистрант 3-го курса, КГПУ им. В.П. Астафьева;
e-mail: polina-flora.ru@mail.ru

Важенина Алена Валерьевна – магистрант 3-го курса, КГПУ им. В.П. Астафьева; учитель,
средняя школа № 39 (Красноярск); e-mail: vazhenina_a_v@mail.ru

Гаврилкова Екатерина Антоновна – студентка 5-го курса, КГПУ им. В.П. Астафьева;
e-mail: kagavrilkova@mail.ru

Замыслова Вера Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры современно-
го русского языка и методики, КГПУ им. В.П. Астафьева; e-mail: zamyslova@kspu.ru

Кипчатова Алла Васильевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры общего
языкознания, КГПУ им. В.П. Астафьева; эксперт, Союз экспертов «Контекст» (Красноярск);
e-mail: allakipchatova@mail.ru

Лан Жуй – специалист канцелярии иностранного отдела народного правительства Аймака
Хиган (Улан-Хото, КНР); e-mail: 1595974208@qq.com

Левкова Полина Николаевна – студентка 1-го курса, Сибирский государственный университет
науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (Красноярск);
e-mail: levckovapolina@yandex.ru

Машкова Галина Павловна – студентка 3-го курса, Сибирский федеральный университет
(Красноярск); e-mail: mashkovagalia@gmail.com

Моцаренко Маргарита Валерьевна – магистрант, КГПУ им. В.П. Астафьева;
e-mail: mocarenkom@gmail.com

Мэн Юань – аспирант, КГПУ им. В.П. Астафьева; e-mail: Larisa0523@icloud.com

Низамутинова Татьяна Магесумовна – учитель русского языка и литературы, средняя школа
№ 156 им. Героя Советского Союза Г.П. Ерофеева (Красноярск); e-mail: nizamutinovatm@bk.ru

Потылицына Дарья Сергеевна – магистрант, КГПУ им. В.П. Астафьева;
e-mail: potylitsina_ds@mail.ru

Серова Анастасия Николаевна – преподаватель кафедры русского языка и культуры речи.
Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина;
e-mail: n.serowa2011@yandex.ru

Уфимцев Александр Евгеньевич – педагог дополнительного образования, Психоневрологиче-
ский интернат для детей «Подсолнух»; e-mail: ufimtzev@inbox.ru

Шибаяев Михаил Валерьевич – эксперт, Союз экспертов «Контекст» (Красноярск);
e-mail: shibaev.m.v@mail.ru

Шрайнер Яна Валерьевна – студентка 3-го курса, Сибирский государственный университет
науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (Красноярск); e-mail: thewolfchan3@mail.ru

Энижилэ – магистрант 2-го курса, КГПУ им. В.П. Астафьева; e-mail: zamyslova@inbox.ru

СВЕДЕНИЯ О НАУЧНЫХ РУКОВОДИТЕЛЯХ

Васильева Светлана Петровна – доктор филологических наук, профессор кафедры общего языкознания, КГПУ им. В.П. Астафьева; e-mail: vasileva@kspu.ru

Васильев Александр Дмитриевич – доктор филологических наук, профессор кафедры общего языкознания, КГПУ им. В.П. Астафьева; e-mail: vasileva@kspu.ru

Дрыгина Инна Валерьевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры лингвистики, теории и практики перевода института социального инжиниринга, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (Красноярск); e-mail: innadrygina@mail.ru

Михайлов Алексей Валерианович – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой общественных связей, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (Красноярск); e-mail: avm_2006_64@mail.ru

Пихутина Валентина Ивановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры современного русского языка и методики, КГПУ им. В.П. Астафьева; e-mail: pihutina@kspu.ru

Ревенко Инна Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры современного русского языка и методики, заведующая отделением обучения и стажировки иностранных студентов, КГПУ им. В.П. Астафьева; e-mail: revenko@kspu.ru

Уминова Наталья Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры мировой литературы и методики ее преподавания, КГПУ им. В.П. Астафьева; e-mail: uminovanv@kspu.ru

Осенняя научная сессия КГПУ им. В.П. Астафьева
«Система педагогического образования –
ресурс развития общества»

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ЯЗЫКЕ
И ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Материалы V Международной
научно-практической конференции

Красноярск, 31 октября 2025 г.

Электронное издание

Редактор *М.А. Исакова*
Корректор *А.П. Малахова*
Верстка *Н.С. Хасанишина*

660049, Красноярск, ул. А. Лебедевой, 89.
Отдел научных исследований и грантовой деятельности КГПУ им. В.П. Астафьева,
т. 8(391) 217-17-82

Подготовлено к изданию 15.04.2026.
Формат 60x84 1/8.
Усл. печ. л. 10,25