



eISSN 2311-2468  
Том 8, № 12. 2020  
Vol. 8, no. 12. 2020

электронное периодическое издание  
для студентов и аспирантов

# Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



**САЙФУЛЛИНА М. К.**  
**СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРИ ПЕРЕВОДЕ**  
**АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕН НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме сохранения стилистических приёмов в профессиональных переводах англоязычных песен разных лет на русский язык. Проводится сравнительный анализ оригинальных текстов англоязычных песен и их переводов на русский язык с целью выявить случаи сохранения и опущения стилистических средств в русскоязычных вариантах песен и объяснить решение переводчика в том и другом случае.

**Ключевые слова:** стилистические приёмы, письменный перевод, русский язык, англоязычные песни.

**SAIFULLINA M. K.**  
**THE STYLISTIC ASPECT IN TRANSLATING SONGS**  
**FROM ENGLISH INTO RUSSIAN**

**Abstract.** This article deals with the issue of keeping stylistic devices in professional translations of songs. The author carries out a comparative analysis of songs written in English with their Russian translations in order to find examples of keeping and omitting stylistic devices and explain the translator's decisions in both cases.

**Keywords:** stylistic devices, written translation, Russian language, songs in English.

В настоящее время английская культура имеет большую популярность как у молодёжи, так и у взрослых людей по всему миру. Важной её составляющей являются песни. Песни – это не только мелодия и ритм, но и слова. Слова представляют собой основу песни. Слова образуют связанный по смыслу текст, в зависимости от которого создаётся то или иное впечатление при прослушивании. Люди, не знающие английский язык, обращаются к переводам песен и воспринимают уже переработанный текст, поэтому основополагающими задачами переводчика являются не только сохранение основного содержания песни и её ритмического рисунка, но также подбор нужных языковых средств, в том числе и стилистических, в языке перевода.

Стилистические приёмы – это языковые средства, которые придают тексту эмоциональную окраску и выразительность, дополняют деталями образ героя или предмета, подчеркивают ключевые моменты в тексте, служат инструментом подтверждения или опровержения мысли автора. Стилистические приемы называют еще изобразительно-выразительными средствами языка. Терминологический словарь-тезаурус по литературоведению даёт следующее определение данному термину: «Изобразительно-

выразительные средства – художественные приёмы и средства создания литературных образов, определяющие их эмоционально-эстетическую выразительность» [1]. Исходя из вышесказанного, мы можем обобщить, что стилистические приёмы являются орудиями, с помощью которых текст становится более лаконичным и привлекательным. В данной статье будут использоваться оба термина «изобразительно-выразительные средства» и «стилистические приёмы» в качестве синонимов.

Цель данного исследования состоит в выявлении случаев сохранения и опущения стилистических приёмов и в объяснении причины их опущения в языке перевода. Мы провели небольшое исследование, в ходе которого были проанализированы англоязычные песни разных лет и их профессиональные переводы на русский язык. Всего нами было проанализировано 12 песен. Нами были выявлены случаи полного сохранения стилистических приёмов, случаи частичного сохранения изобразительно-выразительных средств и случаи опущения стилистических приёмов.

В ходе анализа обнаружено, что переводчик часто сохраняет изобразительно-выразительные средства в языке перевода. Так, например, в песне «Numb» группы «Linkin Park» переводчик воссоздал метафору *to lose control* на языке перевода.

| <b>Numb (Linkin Park)</b>                                                                    | <b>Перевод</b>                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Can't you see that you're smothering me<br>Holding too tightly afraid <i>to lose control</i> | Ты же видишь, что душишь меня,<br>Крепко держа, боясь <i>потерять контроль</i> . |

Аналогичный случай сохранения стилистического приёма присутствует в песне «Stressed out» (группа «Twenty One Pilots»), где переводчик оставил анафору *I wish I* на языке перевода.

| <b>Stressed out (Twenty One Pilots)</b>                                                                                                                                                                                                                               | <b>Перевод</b>                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>I wish I</i> found some better sounds<br>No one's ever heard,<br><i>I wish I</i> had a better voice<br>That sang some better words,<br><i>I wish I</i> found some chords<br>In an order that is new,<br><i>I wish I</i> didn't have to rhyme<br>Every time I sang. | <i>Хотел бы</i> придумать для тем новые слова<br><i>Хотел бы</i> голос, чтобы просто кругом<br>голова<br><i>Хотел бы</i> подобрать гармонии к вашим<br>сердцам<br><i>Хотел бы</i> , чтобы рифмы просто вылетали<br>сами |

Кроме вышеприведённых примеров мы зафиксировали интересное явление сохранения изобразительно-выразительного средства при сопоставлении песни «Only you» (группа «The Platters») и её кавер-версии «Только Ты» в исполнении Эдиты Пьехи. Кавер-версия – это перепев или адаптация песни под другую среду. Несмотря на то, что перевод кардинально отличается по смыслу от оригинала, стилистическая составляющая в этих строках сохраняется: как в оригинале *the darkness bright*, так и в переводе *счастье слёз* используется оксюморон – (греч. «острая глупость») термин античной стилистики, обозначающий нарочитое сочетание противоречивых понятий» [2].

| Only you (The Platters)                              | Только ты (Эдита Пьеха)                        |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Only you<br>Can do make <i>the darkness bright</i> , | Только ты!<br>Открыл мне <i>счастье слёз</i> ! |

В ходе работы над исследованием выяснилось, что незначительное количество стилистических приёмов сохраняются в переводах частично, т. е. переводчики вынуждены опустить, изменить или добавить лексему, или использовать вместе с оригинальным стилистическим приёмом другое дополнительное средство выразительности.

Так, например, в песне «The kids aren't alright» (группа «The Offspring») переводчик сохраняет олицетворение в переводе, но с некоторыми изменениями: он употребляет лексику *мир* вместо лексики *street*, которая нам дана в оригинале, таким образом расширяя семантику фразы. Кроме этого, на языке перевода появляется яркий эпитет *чертов*, вытеснив достаточно нейтральное прилагательное *little*.

| The kids aren't alright (The Offspring)                                                                                                                   | Перевод                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Now the neighbourhood's cracked and torn<br>The kids are grown up but their lives are worn<br><i>How can one little street<br/>Swallow so many lives?</i> | Но район изрядно постарел,<br>Дети выросли, с кем я выросел.<br><i>Сколько судеб сгубил<br/>Этот чертов мир?</i> |

Вышеуказанные изменения переводчику нужны были для того, чтобы не нарушать ритм песни. Дело в том, что между русскими лексическими единицами и аналогичными английскими лексемами есть существенная разница в их длине, а точнее количестве слогов: *street* – *улица*, *little* – *маленький*. Данное обстоятельство служит помехой для дословного перевода данных выражений.

В некоторых случаях переводчику приходится заменить оригинальный стилистический приём другим средством выразительности без искажения главной мысли. Так, в песне «It's my life» (Bon Jovi) сравнительный оборот *my heart is like an open highway* замещается олицетворением *сердце выбрало путь* в силу необходимости сохранить рифму.

| <b>It's my life (Bon Jovi)</b>                                               | <b>Перевод</b>                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <i>My heart is like an open highway</i><br>Like Frankie said I did it my way | <i>Что мое сердце выбрало путь</i><br>И мне с него уже не свернуть |

Иногда переводчик не меняет сам стилистический прием, но меняет его лексическую реализацию. Другими словами, заменяет один эпитет на другой, или одну метафору на другую. Например, в песне «Numb» (группа «Linkin Park») переводчик заменяет оригинальную англоязычную метафору *has fallen apart right in front of you* на другую синонимичную метафору *я стою на краю* ввиду сохранения песенного ритма.

| <b>Numb (Linkin Park)</b>                                                                                                                                                              | <b>Перевод</b>                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Can't you see that you're smothering me<br>Holding too tightly afraid to lose control<br>Cause everything that you thought I would be<br><i>Has fallen apart right in front of you</i> | Ты же видишь, что душишь меня,<br>Крепко держа, боясь потерять контроль.<br>Да, я знаю, что это любя<br>Стать тем, кем ты хочешь, но <i>я на краю стою</i> |

В ходе исследования, мы обнаружили, что изобразительно-выразительные средства полностью опускаются при переводе с относительно такой же частотностью, как и сохраняются без изменений. Так, в переводе песни «Leave out all the rest» (группа «Linkin Park») метафора *keep me in your memory* передана на языке перевода с помощью глагола *вспомнить*, имеющего значение синонимичное значению оригинальной фразы, но не являющегося стилистическим приемом. В большинстве случаев подобное опущение стилистического приёма обусловлено необходимостью поддержания рифмы и ритма.

| <b>Leave out all the rest (Linkin Park)</b>                                                                                            | <b>Перевод</b>                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Don't resent me<br>And when you're feeling empty<br><i>Keep me in your memory</i><br>Leave out all the rest<br>Leave out all the rest. | Просто вспомни,<br>Все что было во мне,<br>Позабыв плохое,<br><i>Вспомни обо мне,</i><br>Вспомни обо мне. |

В следующем примере, иллюстрирующем опущение стилистического приема в оригинале песни «It's my life» (Bon Jovi), в оригинале мы встречаем аллюзию на песню Фрэнка Синатры «My way», тогда как на языке перевода аллюзия отсутствует. Обратимся к Словарю литературоведческих терминов, из которого следует, что «аллюзия – (от фр. *allusion* - намек) художественный прием: сознательный авторский намек на общеизвестный литературный или исторический факт, а также известное художественное произведение» [3].

| <b>It's my life (Bon Jovi)</b>                                                                                                                               | <b>Перевод</b>                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (It's my life)<br>My heart is like an open highway<br><i>Like Frankie said I did it my way</i><br>I just want to live while I'm alive<br>'Cause it's my life | Просто знай,<br>Что мое сердце выбрало путь<br><i>И мне с него уже не свернуть,</i><br>Пока жив, я буду мчать на край,<br>Просто знай. |

Мы можем предположить, что переводчик убрал аллюзию, поскольку русскоязычная аудитория не в полной мере знакома с творчеством Фрэнка Синатры, или же применение аллюзии нарушило бы рифму песни.

В результате сравнения англоязычных текстов песен и их переводов на русский язык и анализа стилистических приёмов в них мы рассчитали, как часто изобразительно-выразительные средства сохраняются или опускаются в языке перевода. Всего в ходе исследования мы разобрали 30 случаев использования стилистических приёмов. В таблице 1 представлены результаты подсчёта.

Таблица 1

#### Стилистические приемы при переводе песен с английского языка на русский

| <b>Переводческий прием</b>                  | <b>Частота встречаемости</b> | <b>Процентное соотношение</b> |
|---------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| Полное сохранение стилистического приёма    | 8                            | 27%                           |
| Замена одного стилистического приёма другим | 8                            | 27%                           |
| Частичное сохранение оригинального приема   | 4                            | 13%                           |
| Полное опущение стилистического приёма      | 10                           | 33%                           |

Согласно вышеприведенным данным полное сохранение изобразительно-выразительных средств при переводе песен наблюдается лишь в 27% случаев в то время, как в 33% случаев переводчик опускает полностью стилистические приёмы. В 27% случаев происходит замена 1 стилистического приёма на другой, а в 13% случаев вносятся какие-либо изменения при подборе эквивалента на языке перевода. Можно заключить, что полное опущение стилистического приема при переводе песен с английского языка на русский происходит так же часто, как и полное сохранение изобразительно-выразительного средства: примерно в 1/3 случаев.

По окончании исследования мы пришли к выводу о том, что случаи опущения средств выразительности встречаются часто и, во многом, обусловлены рифмой, ритмом, длиной лексических единиц и необходимостью сохранения общего смыслового содержания текста. Другими словами, авторы жертвуют малым для сохранения целого.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Русова Н. Ю. От аллегории до ямба. Терминологический словарь-тезаурус по литературоведению [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://niv.ru/doc/dictionary/literary-terminology/index.htm> (дата обращения 29.02.2020).
2. Литературная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_literature/3452/%D0%9E%D0%BA%D1%81%D1%8E%D0%BC%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_literature/3452/%D0%9E%D0%BA%D1%81%D1%8E%D0%BC%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD) (дата обращения 29.02.2020).
3. Белокурова С. П. Словарь литературоведческих терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://literary\\_criticism.academic.ru/14/%D0%B0%D0%BB%D0%BB%D1%8E%D0%B7%D0%B8%D1%8F](https://literary_criticism.academic.ru/14/%D0%B0%D0%BB%D0%BB%D1%8E%D0%B7%D0%B8%D1%8F) (дата обращения 29.02.2020).

**КОСТЮЧЕНКО О. С.**

## **МЕТОД ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБ АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

**Аннотация.** Статья посвящена изучению роли проектной методики в процессе активизации познавательного интереса школьников к овладению иностранным языком. Рассматривается сущность метода проектов, его преимущества, а также условия успешной реализации в практике средней общеобразовательной школы.

**Ключевые слова:** проектная методика, совместная деятельность, творческая активность, личностный потенциал, учебный процесс, социальное и учебное взаимодействие, самостоятельность.

**KOSTYUCHENKO O. S.**

## **PROJECT METHOD AS WAY OF ENHANCEMENT**

### **OF STUDENTS' COGNITIVE ACTIVITY AT SECOND LANGUAGE CLASSES**

**Abstract.** The article is devoted to the study of the role of the project method in the enhancement of students' learning and cognitive activity in mastering a second language. The author considers the essence and advantages of the project method, and the conditions for its successful implementation in secondary school practice.

**Keywords:** project method, joint activity, creative activity, personal potential, educational process, social and educational interaction, independence.

Одним из важнейших направлений современной методики преподавания иностранных языков является изучение вопроса активизации познавательной деятельности учащихся с целью обеспечения выхода на более высокий уровень усвоения учебного материала в контексте коммуникативного подхода. Перед учителем ставится задача нахождения действенных образовательных технологий, которые обеспечат постоянный уровень мотивации изучения предмета, снижая тем самым риск падения личного и учебного интереса к иноязычной дисциплине.

Выдающиеся методисты и педагоги-практики, такие как Л. Н. Толстой и К. Д. Ушинский, В. А. Сухомлинский и В. Ф. Шаталов, Г. И. Щукина и Т. И. Шамова, В. И. Андреев и А. В. Хуторской, работали над решением этой проблемы, пытаясь определить оптимальные стратегии обучения, которые позволят достигать наилучших результатов в рамках ограниченного периода обучения срокам. Однако при всем многообразии методов, не было предложено универсального пути, который бы способствовал формированию и развитию коммуникативных способностей школьников в

контексте раскрытия и опоры на их творческие возможности, на те резервы личности, которые редко задействуются в ходе применения традиционного подхода к овладению иностранным языком. Современный мир с его динамикой развития общественных процессов и все нарастающими объемами информации еще более актуализировал вопрос необходимости интенсифицировать учебную деятельность по иностранному языку. На смену объяснительно-иллюстративному обучению приходит деятельностно-интерактивное, когда языковой материал усваивается в контексте совместного решения поставленной задачи, опираясь на современные технологии обеспечения учебного процесса и ориентируясь на речевую составляющую совместного получения результата. Такой подход позволяет не только максимально раскрыть потенциал школьников, в полной мере активизируя их мотивационную и, тем самым, познавательную сферы, но и позволяет справиться с проблемой усвоения большого по объему учебного материала.

Ключевым пунктом современных методов становится опора обучения на такие качества личности как сознательность и активность, совместность выполнения действий и их целенаправленность. В чем же кроется феномен «активности познания», позволяющий в корне изменить и положительно запрограммировать учебные процессы? Выдающийся педагог И. Ф. Харламов определял активность познания как «деятельное состояние ученика, которое характеризуется стремлением к учению, умственным напряжением и проявлением волевых усилий в процессе овладения знаниями» [1, с. 163]. Т. И. Шамова трактовала познавательную активность как «качество личности, проявляющееся в отношении к содержанию и процессу деятельности, в стремлении к эффективному овладению знаниями и способами их получения, в мобилизации волевых усилий в достижении цели обучения» [2, с. 209].

Итак, мы видим, что самой важной задачей в преподавании иностранного языка в частности и других дисциплин в целом, является необходимость становления личности ученика, способной и желающей участвовать в учебной коммуникации, развитие его творческих способностей с целью накопления им надлежащего опыта продуктивного познавательно-эмоционального взаимодействия. Решению поставленной задачи будет содействовать стратегия неизменного поиска и применения способствующих самореализации школьника технологий обучения. Именно таким образом достигается максимальная вовлеченность учащегося в учебный процесс, актуализируется его заинтересованность изучаемым предметом, что значительно повышает статус получаемых им знаний, приобретаемых умений и навыков, переводя их из разряда обязательных по курсу дисциплины в категорию приоритетных и личностно значимых.

Существующее сегодня многообразие методов и технологий, в той или иной мере сочетающих традицию и инновацию школы овладения ИЯ, не всегда в полной мере служит реализации вышеозначенной цели. Не все пути обучения апеллируют к сознательности и активности школьника, пробуждая его инициативу и самостоятельность. Это объясняется определенной эпизодичностью воздействия одних или же недостаточной планомерностью, слабой личностной составляющей других. Кроме того, важным аспектом выбора той или иной учебной стратегии является оценка ее социальной составляющей, т. е. того, насколько она способствует вовлечению учащихся в совместное нахождение решения поставленной задачи, в какой степени она служит формированию и развитию навыков коллективного творчества. А между тем именно социальная деятельность людей, их отношения, лежит, по мнению современных ученых-методистов, в основе обучения иностранному языку [3, с. 96].

Одним из наиболее действенных способов привлечения и поддержания внимания учащихся, активизации их умственной деятельности и раскрытия творческого потенциала, по нашему мнению, является проектная методика. Органично сочетая возможности других методов и опираясь на их ресурсы она представляет собой уникальное соединение наиболее эффективных приемов работы. Впервые представленная американскими учеными Джорджем Дьюи и Уильямом Килпатриком, предложившими построение урока на основе интенсивной работы учащихся в ходе вовлечения их в практическую деятельность, когда содержание и процесс обучения определяются индивидуальными интересами школьников и востребованностью получаемых знаний в будущем, она до сих пор не потеряла своей актуальности. Напротив, среди педагогов-практиков она находит все больше сторонников, демонстрируя свои образовательные возможности благодаря правильному сочетанию теоретических знаний и их практическому применению.

Метод проектов – это комплексный метод обучения. Он позволяет строить учебный процесс на основе увлечений учащегося, предоставляет ему возможность показать, насколько он самостоятелен в организации, планировании и контроле своей учебно-познавательной деятельности. Проектная технология легко интегрируется с другими приемами обучения, сочетается с любыми учебными средствами. Обращение к методу проектов ориентирует нас на конечную цель обучения – формирование коммуникативной компетенции, заставляя в ходе решения общей задачи обращаться к полученным языковым знаниям, стимулируя дальнейшее развитие речевых умений и навыков [4].

Преимущества проектной методики неоспоримы. Комплексность и полинаправленность выполняемых в ходе проекта заданий определяет его ключевую цель развития и совершенствования навыков свободного общения, когда в рамках одной системы гармонично формируются все отвечающие за коммуникацию компетенции –

лингвистическая и социолингвистическая, социокультурная и социальная, речевая и дискурсивная. Более того, проектной методикой наиболее полно реализуется методологический принцип обучения иностранному языку, способствующий становлению достаточно высокого статуса автономности у школьников. Получая задания, требующие активного решения и творческого проявления, школьники тем самым оказываются в условиях деятельного поиска, приобретая необходимые навыки самостоятельной работы. Метод проектов вносит существенный вклад и в развитие организаторских качеств участников, позволяя школьникам проявить свои склонности, объединиться по интересам, повысить свою самооценку, уверенность в себе. Получая свободу выбора, ориентируясь на себя и своих товарищей, свои возможности и потенциал группы, учащиеся приобретают важные навыки социального взаимодействия, самоорганизации и самоконтроля, которые играют ключевую роль в их последующем жизненном и профессиональном становлении [5, с. 52–53].

Урок, который реализовали при помощи проектного метода, может быть как уроком, на котором учащиеся должны изучить новую информацию, так и уроком, на котором школьникам предлагается тщательнее усвоить и закрепить ранее полученные знания. Контрольно-итоговое занятие также отлично вписывается в рамки проектной методики. Учитель может варьировать и форматом проекта, предлагая учащимся реализовать его мини-форму. В этом случае школьники получают соответствующие задания для домашнего или урочного выполнения, итоги которых могут фиксироваться как в письменном, так и в устном виде. Обычно мини-проекты представлены в форме рисунков или коллажей, монологических или диалогических высказываний, таблиц или графиков, и отличаются разнообразной тематикой в зависимости от целей занятия и изучаемого программного [6].

Чтобы метод проектов дал ощутимые результаты, он должен быть организован с соблюдением определенных требований. Специфика применения проектной методики на уроках иностранного языка вытекает из специфики самого предмета, а также целей и задач, стоящих перед учителем. Всем известно, что на развитие любого языка очень влияет культура народа, в котором существует данный язык. Именно поэтому для активизации внимания учащихся необходимо правильно подобрать тему для проектной деятельности. Лучше отдать предпочтение таким темам, которые включают в себя увлекательно и ценную для учащихся культурную и, возможно, историческую информацию о стране изучаемого языка.

Имеется также возрастное условие эффективности протекания проектной деятельности в зависимости от длительности планируемой работы. Так, проектирование в 5-6 классах осуществляется чаще краткосрочно и является несколько упрощенным вариантом

в плане оформления промежуточных и итоговых результатов. Среднее и старшее звено предполагает более длительный отрезок времени, разделенный близкими, средними и дальними целями на соответствующие этапы проведения и отчетности. Это позволяет также решить проблему снижения мотивации учения у школьников 7-8 классов, которые, теряя интерес к деятельности, охлаждаются и к самому предмету. Активизируя внимание школьников на уроке, наполняя его личностно значимым содержанием, проектная методика «пробуждает» интерес к языку. Это происходит и по причине увеличения количества заданий, которые содержат трудные, но преодолимые при должном усилии элементы, за счет чего увеличивается процент самостоятельной работы и растет собственная самооценка школьника, как человека, индивидуально познающего новое.

Итак, мы видим, что обращение к проектной методике в практике школьного обучения иностранному языку способствует решению целого ряда проблем, с которыми сегодня повсеместно сталкиваются педагоги. Метод проектов, глобально используя все средства воздействия на психику учащегося, создает у него определенное эмоциональное состояние, оказывающее положительное влияние на усвоение учебного материала. Это способствует сокращению времени, отведенного на рассмотрение подлежащих изучению тем и ситуаций, максимально активизируя потенциал интереса и внимания школьника в ходе работы над актуальным для него материалом. Разнообразные приемы и формы работы, увлекательное содержание несмотря на существенный объем прорабатываемого материала и интенсивность деятельности, снижают уровень общей усталости, создавая обстановку инфантилизации – атмосферу взаимного доверия и комфортного взаимодействия, а исследовательский и дискуссионный характер совместной деятельности, направленной на достижение общих целей, объединяет учащихся, мобилизует их способности и заставляет по-новому взглянуть на изучаемый ими предмет.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Огольцова Е. Г. Проблема активизации познавательной деятельности в дидактике высшей школы // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 3. – С. 162–166.
2. Шамова Т. И., Подчалимова Г. Н., Худин А. Н. Управление профильным обучением на основе личностно-ориентированного подхода: Учебно-методическое пособие. – М.: Центр «Педагогический поиск», 2006. – 209 с.
3. Гальскова Н. Д., Гез Н. И. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений. – 6-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 336 с.

4. Джонсонс Дж. К. Методы проектирования. – М., 1986. – 326 с.
5. Кочетурова Н. А. Метод проектов в обучении иностранному языку // Материалы Региональной научно-практической конференции «Английский язык в системе Школа – Вуз». – Новосибирск, 2003. – С. 52–59.
6. Пикеева Е. Н. Метод проектов на уроках иностранного языка [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2014. – №7. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/66/11111/> (дата обращения 15.03.2020).

**ФРОЛОВА А. П.**

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ГРАФИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В РОМАНЕ С. МОЭМА «ТЕАТР»**

**Аннотация.** В данной статье автором предпринимается попытка оценить актуальность использования графонов в романе классического английского писателя С. Моэма «Театр». Значительное внимание уделяется не только рассмотрению особенностей применения графонов, но и раскрытию основных функций, выполняемыми графическими средствами в произведении.

**Ключевые слова:** графон, графические средства, курсив, капитализация, индивидуализация речи, логическое усиление, мнемические справочные выделения.

**FROLOVA A. P.**

**LINGUISTIC FEATURES OF USING GRAPHIC MEANS  
IN THE NOVEL “THEATRE” BY S. MAUGHAM**

**Abstract.** In the paper the author makes an attempt to assess the relevance of using graphons in the novel “Theatre” by S. Maugham, a classical English writer. The study is focused on the features of using graphons and the defining of the main functions of the graphical means in the novel.

**Keywords:** graphon, graphical means, italics, capitalization, individualization of speech, logical amplification, mnemonic references.

Изначальным пунктом в научном изложении данной темы является обращение к термину «графон». Заслуга его введения принадлежит В.А. Кухаренко, по определению которой, графон представляет собой «преднамеренное нарушение графической формы слова или словосочетания, используемое для отражения его подлинного произношения» [1, с. 6].

Следует отметить, что графоны, которые указывали на неправильность или небрежность произношения, время от времени встречались ещё в начале восемнадцатого века в английских романах и публицистике. С тех пор они начали приобретать все большую популярность и широко использоваться среди писателей, журналистов, а также рекламодателей.

По мнению М. В. Ползуновой и С. С. Никитина, графон является особенно лаконичным и чрезвычайно эффективным в процессе определения происхождения говорящего, его социального статуса, а также уровня образования [2]. К подобным критериям идентификации того или иного персонажа можно отнести его физическое или

эмоциональное состояние на момент речи. Придерживаясь данного высказывания, обратимся к соответствующим примерам использования графонов в произведении «Театр» Сомерсета Моэма, издание которого датируется 1937 годом.

Так, в примере “‘Play any good?’ asked Evie. ‘What play?’ ‘The play **'e** was talkin' to you **abaht.**” [3, с. 67] мы видим, что автор обращает внимание на манеру речи служанки Иви, которая характеризуется особым акцентом кокни. Есть вероятность, что такой акцент у героини ярко проявился в момент осознания настоящих намерений своей хозяйки и указал, скорее, на её некоторое пренебрежение этими мотивами.

Наряду с этим, искажение речи у служанки можно проследить и в повседневном её общении, в особенности, когда она пытается убедить кого-то в своей правоте. В качестве иллюстрации приведём следующие высказывания, которые отражают специфику речи данного персонажа:

“It'd only fidget me to **'ave** a lot of elephant's tusks in **me** mouth.” [3, с. 46]

“Evie gave him a sharp look. ‘**An'** what **d'you** want to pay two lots of wages for, when you can get the work done for one?’” [3, с. 46]

Необходимо подчеркнуть, что во всех приведённых выше примерах, графон индивидуализирует речь персонажа, добавляет ей правдоподобия, яркости, а также в определённой степени делает её запоминающейся.

Тем не менее, служанка Иви не единственный персонаж с этой особой манерой произношения. Такой же акцент мы наблюдаем и у обычного прохожего, который преследовал Джулию во время её прогулки, чтобы получить от неё автограф для своей будущей жены.

“We're going to get married in August, when I **'ave** my **'oliday**, you know; we're going to the Isle of Wight for the **'oneymoon**. I shall **'ave** a rare lot of fun with **'er** over this.” [3, с. 144]

Как правило, акцент кокни не делает упор на звук “h”, когда он находится в начале слова. Вышеприведённое высказывание как раз выступает в качестве иллюстрации данной произносительной особенности.

Таким образом, графоны, реализующиеся через искажение орфографических норм, отразили особенности произношения героев романа «Театр» С. Моэма и раскрыли тайну их происхождения.

Как правило, графические изменения могут не только относиться к особенностям произношения, но и использоваться для непосредственного выделения ударных слов. Ссылаясь на классификацию В. А. Кухаренко, обстоятельно рассмотрим такие графические средства, как выделение курсивом и капитализация, которые подразумевают под собой не

преднамеренное нарушение графической формы слова, а только её видоизменение с сохранением семантического значения.

В произведении «Театр» по частоте использования и разнообразию выполняемых функций первое место среди уже упомянутых графических средств занимает выделение курсивом. Следует отметить, что изменение начертания шрифта в произведении используется, главным образом, как для логического усиления высказывания, так и для мнемических справочных выделений, которые помогают читателю прочно их запомнить и быстро находить в массиве текста страницы. Так, например, к последним можно отнести названия пьес, в которых играют или на которые ссылаются главные герои (“She was a great hit and then in quick succession he made her play Nora in *The Doll's House*, Ann in *Man and Superman*, and Hedda Gabler el version.” [3, с. 14]; “She hadn't cried like that since she cried in *The Stricken Heart*.” [3, с. 90]), газет (“Here they had their work-boxes, here they read their papers, the *Catholic La Croix*, the *Revue des Deux Mondes* and the local daily, and here they played dominoes in the evening.” [3, с. 128], или цитирование героями поэтических отрывков (“Ah, happy, happy boughs! that cannot shed Your leaves, nor ever bid the Spring adieu; And, happy melodist, unwearied, For ever piping songs for ever new!...” [3, с. 137])).

Другим наглядным примером может послужить следующее высказывание:

“The Commandant, a sturdy little man with a much-wrinkled face, white hair cut *en brosse*\* and an imposing moustache dyed a deep black, was very gallant, and though well past seventy pressed Julia's foot under the table during dinner.” [3, с. 130]

Выделение термина, под которым скрывается такое значение, как вид мужской стрижки «под ёжик», добавляет некоторой яркости описанию персонажа и заставляет читателя мгновенно представить себе образ этого человека.

Что же касается логического усиления той или иной фразы или слова, то Сомерсет Моэм чаще использовал курсив для выделения смыслового глагола или объекта действия. В качестве иллюстрации обратимся к следующим примерам.

‘Don't *be* natural,’ he told his company. ‘The stage isn't the place for that. The stage is make-believe. But *seem* natural.’ [3, с. 9]

Так звучат указания Джэймса Лэнгтона, талантливого руководителя театра и наставника Майкла, своей театральной труппе с целью научить её безупречной актёрской игре. Курсив обращает наше внимание на тонкую, иногда сложно уловимую грань в лексических значениях слов «быть» и «казаться».

"But, darling, *you* don't think he's my lover, do you?" [3, с. 102]

В данном примере, посредством выделения местоимения автор показывает некоторую надежду главной героини Джулии Ламберт во время разговора с её давней подругой, что та

не верит в реальность близкой связи Джулии с Томом Феннелом, который годится ей в сыновья, невзирая на то, что так и есть на самом деле.

Важным для исследования является знакомство с особенностями использования капитализации в романе Сомерсета Моэма.

Julia sat in the corner of the taxi raging. "Vulgar little beast. Him and his young lady. The nerve of asking if he could bring her to see ME." [3, с. 144]

В вышеуказанном примере весьма значима капитализация местоимения. Она помогает создать речевую характеристику персонажа, в частности, главной героини, которую подвели ожидания о том, что ей удастся привлечь внимание любого прохожего мужчины, даже если в тот раз она была одета менее роскошно, чем обычно. Говоря иначе, не оправдались надежды Джулии Ламберт, исполненной негодованием к излишней простоте и, вероятно, наглости прохожего, который после того, как получил автограф актрисы, попросил о разрешении привести в её гримёрную комнату свою «юную леди». Она впервые за долгое время очень сильно усомнилась в своей необыкновенной привлекательности, или, как она это называла, «секс эпиле».

Кроме того, графическое выделение слов в начале каждой главы является существенной особенностью данного романа и используется не только для привлечения внимания читателей к тексту, но и для усиления творческого начала всего дискурса и креативности языковой личности.

Приведённые ниже примеры констатируют данное положение.

"THE first year of their marriage would have been stormy except for Michael's placidity." [3, с. 32]

"BUT a week or so later Michael mentioned her." [3, с. 112]

"AFTER Julia had made up her mind to that she was glad." [3, с. 126]

Также капитализацию слов можно заметить и в переписке Джулии с её сыном Роджером или любовником Томом, где преимущественно выделяются имена адресата и адресанта:

"DEAR MOTHER, This is to introduce to you Miss Joan Denver who I talked to you about. She's awfully keen on getting in the Siddons Theatre and would be quite satisfied with an understudy however small. Your affectionate son, ROGER." [3, с. 109]

"DEAR TOM, I'm enclosing the money for your tips as I shan't see you in the morning. Give three pounds to the butler, a pound to the maid who's been valeting you, and ten shillings to the chauffeur. JULIA." [3, с. 85]

Весьма сомнительна идея о том, что выделение имён в данных контекстах несёт в себе ещё и дополнительное значение, помимо соответствия графическим нормам написания

писем. Однако есть вероятность, что этим автор хотел сконцентрировать наше внимание на участниках переписки, чтобы мы могли как можно отчётливее представить себе подобную картину взаимодействия главных героев.

Таким образом, суммируя информационные возможности графического изображения слова или целого отрывка в тексте романа С. Моэма, мы можем с уверенностью заявить о разнообразном применении графонов для воссоздания индивидуальных и социальных особенностей говорящего или даже атмосферы акта общения, которая на протяжении всего произведения постоянно меняется. Кроме того, графон не только индивидуализирует речь действующих лиц, но и придаёт им большей правдоподобности и яркости выражения. Отметим, что всё это направлено, в первую очередь, на выявление авторской точки зрения, которая раскрывает не только отношение мастера слова к тому или иному персонажу, но и то, с какого именно ракурса он хочет показать читателям героя произведения.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кухаренко В. А. Практикум по стилистике английского языка. – 8-е изд. – М.: Флинта, 2016. – 160 с.
2. Ползунова М. В., Никитин С. С. Графон как феномен современного языкового пространства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/grafon-kak-fenomen-sovremennogo-yazykovogo-prostranstva> (дата обращения: 14.09.2020).
3. Моэм У. С. Театр: книга для чтения на английском языке. – СПб: КОРОНА-принт, КАРО, 2015. – 384 с.

**КОШЕЛЕВА А. А.**  
**ОСОБЕННОСТИ АВТОРСКОГО СТИЛЯ ДЖ. Б. ШОУ**  
**(НА МАТЕРИАЛЕ ПЬЕСЫ «ПИГМАЛИОН»)**

**Аннотация.** В статье представлено исследование стиля ирландского драматурга Бернарда Шоу на примере его пьесы «Пигмалион». Рассмотрено понятие «авторский стиль» и его соотношение с понятием «стиль». В ходе исследования были выявлены особенности авторского стиля Бернарда Шоу с лексической и грамматической точек зрения.

**Ключевые слова:** Бернард Шоу, авторский стиль, пьеса, «Пигмалион».

**KOSHELEVA A. A.**  
**KEY FEATURES OF G. B. SHAW'S STYLE:**  
**A STUDY OF THE PLAY "PYGMALION"**

**Abstract.** The article presents the study of G. B. Shaw's style in his play "Pygmalion". The term "author's style" and its correlation with the term "style" are considered in the article. As the main goal of the study the key lexical and grammatical features of G. B. Shaw's individual style are identified.

**Keywords:** Bernard Shaw, author's style, play, "Pygmalion".

Широко известным является тот факт, что каждый автор обладает своим неповторимым стилем написания, и исследование различных стилей произведения, их своеобразия, наличия сходных и отличительных черт было и остается по сей день актуальным. Интерес к изучению понятия «авторский стиль» и стилистических особенностей того или иного автора непрерывно возрастает среди филологических и лингвистических исследований, потому как данные понятия тесно связаны не только с языковыми формами и средствами, и, как следствие, с развитием языкового разнообразия, но и с мировоззренческой позицией автора.

История этого понятия берет своё начало еще с античных времен. Так, искусство ораторского мастерства в Древнем Риме и Древней Греции требовало развития учения о стилях, так как философы древности были убеждены, что стиль речи являлся инструментом убеждения. Многие ученые XX века также проводили исследования, направленные на выявления специфики стиля автора. Например, широко известны в этой области работы В. В. Виноградова, М. Ю. Скребнева, А. Н. Соколова, И. В. Арнольд.

Стоит рассмотреть понятия «стиль» в общем, и «авторский стиль» в частности, на терминологическом уровне для того, чтобы определиться, что в дальнейшем будет

подразумеваться под этим понятием при проведении анализа художественного текста в данной работе.

Стиль считается одним из ключевых понятий, используемых в различных областях наук. В сферах лингвистики оно будет иметь разные значения в зависимости от объекта исследования, поэтому найти общее определение этого слова довольно тяжело. Трудность вызвана, во-первых, наличием различных предметов исследования в разных языках; во-вторых, данное понятие имеет широкий спектр значений и, следовательно, есть необходимость различать – индивидуальный стиль, стиль художественного направления, стиль эпохи и творческого метода.

Толковый словарь русского языка под редакцией профессора Д. Н. Ушакова гласит: «стиль – это система языковых средств и идей, характерных для того или иного литературного произведения, жанра, автора или литературного направления» [1]. Заглянув в зарубежные источники, а именно в Concise Oxford Dictionary, мы найдем следующее определение стиля: «Style is any specific way of using language which is characteristic of an author, school, period, or gender. Particularly style may be defined by their diction, syntax, imagery, rhythm, and use of figures or by any other linguistic features» [2].

Если понятие «стиль» имеет длительную историю функционирования в научной и философской мысли, то «авторский стиль» – это понятие сравнительно молодое, которое еще слабо дифференцировано на теоретическом уровне. В словаре лингвистических терминов под редакцией О. С. Ахмановой можно найти определение авторскому стилю, в данном контексте носящее название «индивидуального»: «стиль индивидуальный – это совокупность основных стилевых элементов, неизменно присутствующих в произведении данного автора в определенный период его творчества или распространяющихся на все его творчество в целом: своеобразие специфика приемов словоупотребления, конструкций и т.п. характеризующее устную или письменную речь отдельного лица, независимо от отношения писательской деятельности» [3]. То есть, все те особенности, которые отличают произведения одного автора от произведения других, отражающие индивидуальность работы, могут характеризоваться понятием «авторский стиль».

Под понятием «авторский стиль» понимается сочетание сложного диалектического взаимодействия содержания и формы, идейно-художественное содержание которого неотрывно от формы его выражения. И, таким образом, авторский стиль содержит в себе обобщающие характеристики произведения и привносит в него некий организующий принцип.

Однако данное понятие имеет свои нюансы. Очень часто его ассоциируют с таким понятием как «язык писателя», и поэтому сложно сказать, где кончается «язык писателя» и

начинается его стиль. А. В. Федоров пишет: «иногда то, что предлагается считать языком писателя, оказывается определенным углом зрения или направлением исследования – исследованием связей стиля писателя с национальным языком, выражающимся в отборе конкретных языковых элементов» [4]. Можно сказать, что авторский стиль является способом выражения своих мыслей автора посредством языковых приёмов.

В данном исследовании будут рассмотрены особенности авторского стиля Джорджа Бернарда Шоу на примере одного из его самых знаменитых произведений «Пигмалион», которое было написано им с 1912 по 1913 годы в конце первого периода творчества автора. Тогда, после продолжительного времени его работы над произведениями и сформировалась его философская и авторская концепция понимания человека и окружающего мира. Благодаря своей оригинальности пьеса «Пигмалион» уже долгое время притягивает внимание как зрителей и читателей, так и литературоведов и театральных критиков. Актуальность пьесы обуславливается наличием широкой проблематики в ней, что и положило начало рассуждениям о её замысле.

Пьеса «Пигмалион» является хорошим отражением того, как особая манера письма конкретного автора проявляется в произведении. Можно предположить, что особенностью автора в данной пьесе Бернарда Шоу с точки зрения грамматики будет являться намеренное использование неправильных грамматических форм образования времен в синтаксических конструкциях. Причиной этому послужит тот факт, что в произведении фигурируют представители низшего сословия общества, и также с точки зрения лексики в качестве авторского своеобразия стиля будут выступать различные пласты лексики, такие как вульгаризмы, жаргонизмы и просторечные слова.

Рассмотрим особенности грамматических конструкций в речи героев пьесы Бернарда Шоу. Представляя читателям необразованную девушку и её отца, автор намеренно использует грамматические неправильное построение видовременных конструкций, тем самым показывая принадлежность Элизы и Альфреда Дулиттл к низшему слою населения города.

(1) *You just show me what you've wrote about me.* (You just show me what you've written about me.)

(2) *Nobody ever saw the sign of liquor on me.* (Nobody has ever seen the sign of liquor on me.)

Умышленно неправильное построение в примерах указывает читателям на то, что семейство Дулиттл происходило из низших сословий, не имея возможности получить образование и обучиться грамотной речи.

К намеренным грамматическим ошибкам, связанным с образованием временных форм, можно отнести неправильное употребление форм глаголов в Present Simple при образовании утвердительных предложений.

(3) *I gives her all that, then I disappears and leaves her on her own to enjoy it.* (I give her all that, then I disappear and leave her on her own to enjoy it.)

(4) *I am come to have a lesson, I am.* (I come to have a lesson, I do.)

В пьесе имеется много примеров использования двойного отрицания, что в английском языке является грамматической ошибкой.

(5) *I can't hear no difference* (I can't hear any difference.)

(6) *I don't want no gold and no diamonds.* (I don't want any gold and any diamonds.)

(7) *She said she didn't want no clothes and I won't say them no more.* (She said she didn't want any clothes and I won't say them anymore.)

К грамматическим ошибкам в пьесе Бернарда Шоу также можно отнести:

- форму утвердительного предложения для выражения вопросительного:

(8) *How you gonna find her if you don't how she looks like? (How are you going to find her if you don't know what she looks like?)*

- относительное местоимение «what» для обозначения одушевленного предмета:

(9) *She ought to be good for a half crown for her father what loves her.* (She ought to be good for a half crown for her father who loves her.)

- ненормированное редуцирование формы «gotta» [got to], «gonna» [be going to]:

(10) *How you gonna find her if you don't how she looks like? (How are you going to find her if you don't know how she looks like?)*

- несуществующая форма возвратного местоимения «meself»:

(11) *I had a bit of luck meself last night.* (I had a bit of luck myself last night.)

Все представленные примеры намеренных грамматических ошибок несут дополнительную смысловую нагрузку, помимо передачи информации текущего диалога. При помощи них Джорду Бернарду Шоу удастся четко передать грань между представителями низшего и высшего обществ.

Также стоит рассмотреть особенности использования лексики при написании данной пьесы. Бернард Шоу показывает читателям принадлежность Элизы Дулиттл к носителям диалекта низшего сословия Лондона. Речь девушки и её отца изобилует просторечными словами и выражениями. Таковыми являются: *Garn! (God damn it) – Проклятье; off his chump (crazy) – сбрендил; do someone in (kill somebody) – пришить (убить); booze (alcohol) – выпивка; bloke (man) – малый; to have a drop in (slang for drunkenness) – надираться (напиваться); toff (gentleman) – франт.*

Из данных примеров читатели могут увидеть, как искусно Джордж Бернард Шоу показывает различия между диалектом языка для представителей низшего сословия (Cockney) и национальным стандартом английского языка, которым пользовались знатные и образованные люди. Автор пьесы показывает уровень образованности людей через такие слова как *ignorant (not educated)* - невежественный; *gumption (cleverness)* – сообразительность; *tiresome (annoying)* – утомительный; *to have somebody up (to cause somebody to be accused in court)* – привлекать к суду. А также разницу в социальном статусе людей помогают показать заимствованные из французского и латинского слова, которыми пользовались исключительно люди высшего общества: *mercy (фр.)* – милость, *missus (лат.)* – миссис, *money (фр.)* – деньги, *to engage (фр.)* – вовлекать.

Еще одной особенностью авторского стиля Бернарда Шоу можно считать наличие большого количества ремарок персонажей, которые несут в себе описательный и повествовательный характер. Также читатели могут заметить наличие ремарок, которые сопровождают речь героев и детализируют ритм действия.

Так как произведение Пигмалион – это пьеса, то автор практически во всех случаях дает репликам эмоциональное уточнение в квадратных скобках, которое актеры воплощают на сцене. Примером негативного, позитивного и нейтрального отношения автора к описываемому явлению может служить такая ремарка как:

(12) *Lady Utterword [vehemently]. Don't be silly, Nurse. Don't call me Miss. Nurse Guinness [placidly].*

Данный пример показывает не только уточнение качества голоса персонажей, но и указывают на их социальные роли – «хозяин – слуга».

На душевное состояние персонажей указывают ремарки такие как:

(13) *HIGGINS [shocked at finding himself thought capable of an unamiable sentiment]. Not at all, not at all.*

Эта ремарка характеризует Хиггинса как человека самовлюбленного, вносит дополнительный штрих в его психологический портрет.

В следующем примере, в продолжении диалога между профессором Хиггинсом и Элизой, можно также видеть иронию, уязвленное самолюбие профессора, как человека, считающего себя намного выше Элизы и требующего глубокого почитания и уважения к себе:

(14) *HIGGINS. Of course I do, you little fool. Five minutes ago you were like a millstone round my neck. Now you are a tower of strength: a consort battleship. You and I and Pickering will be three old bachelors together instead of only two men and a silly girl.*

Таким образом, Бернард Шоу доносит до читателя свои философские и идеологические идеи через остроумные и комические ситуации в пьесе. Ему удалось объединить в своём

произведении человеческие проблемы и ценности, остающиеся актуальными и по сей день, тем самым помогая читателю получить эмоциональное и интеллектуальное удовольствие. Использование Бернардом Шоу жаргонизмов, наличие неправильных грамматических конструкций и ремарок, характеризующих динамику произведения с целью показать различие в принадлежности к разным социальным слоям, и составляют его секрет и авторский стиль как драматурга в пьесе «Пигмалион».

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935–1940. – Т. 4: С – Ящурный. – 1502 стб.
2. Baldick Ch. The Concise Oxford Dictionary. – Oxford University Press, 2001. – 1728 p.
3. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – 2-е изд. – М: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 454 с.
4. Федоров А.В. Очерки общей и сопоставительной стилистики. – М.: Высшая школа, 1971. – 196 с.
5. Shaw G. B. Pygmalion. – Moscow: Glossa-Press, 2002. – 224 p.

**ПИВЦАЙКИНА А. В.**

## **НОМИНАЦИЯ ФУТБОЛЬНЫХ КОМАНД В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются номинации спортивных команд в английском языке на примере американского и европейского футбола. Анализ был проведен на основе англоязычных статей в интернет-СМИ из раздела «Спорт», включающих в себя предматчевые и постматчевые обзоры, а также интервью игроков. В результате исследования были выявлены основные тенденции номинации футбольных команд в английском языке.

**Ключевые слова:** номинация, футбольные команды, интернет-СМИ.

**PIV TSAIKINA A. V.**

## **NOMINATION OF FOOTBALL TEAMS IN ENGLISH**

**Abstract.** The paper considers the nominations of American and European football teams in English. The author provides an analysis of English sports articles published in online media, including pre-match and post-match reviews, and the interviews of players. As a result, the major trends in football teams' nominations in the English language are identified.

**Keywords:** nomination, football teams, online media.

В настоящее время сфера спорта активно развивается и является одной из значимых областей человеческой деятельности, которая включает в себя общественно-политические, финансовые и экономические аспекты. Спорт является своеобразным аналогом борьбы на международной арене, противоборством за первенство и влияние. Из-за возникновения новых спортивных реалий в языке появляются новые слова, словосочетания и термины, которые характеризуют данную сферу [2; 3]. Тем самым данный процесс обогащает лингвистические системы языков и образует большой пласт лексики в каждом из них.

Образование новых лексем обусловлено часто необходимостью номинации новых объектов и явлений. Номинация определяется как «процесс наименования, включающий в себя именуемый объект, именующий субъект и языковые средства, среди которых производится отбор, при котором языковые элементы соотносятся с обозначаемыми объектами действительности» [1, с. 7].

Данная статья посвящена рассмотрению номинаций спортивных команд в спортивном дискурсе на английском языке, на примере американского и европейского футбола. Материалом для данного исследования послужили англоязычные статьи в интернет-СМИ, из раздела «Спорт», посвященные футболу, выбранные методом случайной выборки в количестве 15 статей, которые включали в себя предматчевые и постматчевые обзоры, а также интервью известных игроков.

После изучения материалов, в данном исследовании были отмечены следующие тенденции. Большинство номинаций команд в английском и американском футболе связано с городом, в котором эта команда основана или тренируется: Liverpool FC, Southampton FC, Bournemouth FC. Часто к топониму добавляется слово «city», «город»: Leicester City FC, Manchester City FC, Stoke City FC. Кроме того, к топониму часто добавляют причастие «united»: Westham United FC, Minnesota United FC, Atlanta United FC. При этом, причастие «united» имеет следующие значения: «joined together as a group» («объединенные в группу») и «if people are united, they all agree about something» («когда люди объединяются, они все согласны в чем-то») [Cambridge Dictionary Online]. Таким образом, в наименовании команды стремятся подчеркнуть факт объединения, согласия, наличия единой цели и командного духа.

Интересно отметить такой факт: болельщики команды Manchester United образовали полупрофессиональный футбольный клуб, именовав его United of Manchester. Так они выражали свой протест против перехода своего клуба под контроль американского бизнесмена Малколма Глейзера. Команда существует и по сей день, а обыгранное название футбольного клуба Manchester United постоянно напоминает о том, какой команде принадлежат их симпатии, и что они объединены единой идеей несогласия с менеджментом клуба.

Также, часто к топониму добавляется прилагательное «athletic»: Oldham Athletic FC, Wigan Athletic FC, Forfar Athletic FC. В Кембриджском словаре английского языка «athletic» толкуется как «strong, healthy, trained or skilled in sports or a particular sport» («сильный, здоровый, тренированный или квалифицированный в спорте или в определенном виде спорта») [Cambridge Dictionary Online]. Так название говорит о тренированности и мастерстве в спорте, в данном случае – в футболе.

В результате анализа выбранного материала можно отметить, что для наименования команды характерно использование существительных, принадлежащих к следующим тематическим группам.

1. Зоонимы (Edinburgh Wolves FC, Royal Eagles FC, Barford Tigers HC, Grizzlies BC). При помощи зоонимов подчеркиваются такие качества, как скорость, агрессивность, ловкость, сплоченность команды. Кроме того, выделяется физическая сила игроков.

2. Природные явления (Tampa Bay Lightning HC, Dallas Stars HC, Carolina Hurricanes HC, Colorado Everlanch HC). Такие природные явления отражают скорость, молниеносность, яркость спортсменов, выступающих за клуб.

3. Названия титулов (Real Kings FC, Royal Antwerp FC, Utah Royals FC Kings BC, Ottawa Senators HC, Los Angeles Kings HC). Так, в случае с Royal Antwerp FC, «Royal»

показывает на принадлежность к королю и королевству Бельгии. В остальных случаях такого значения нет. В любом случае, «king» и «goal» вызывают ассоциации с величием, с волей, властью, мудростью игроков, а также умением защищать свои границы.

4. Названия «деструктивных героев» (Saracens FC, Orlando Pirates FC, New Jersey Devils BC). Такие названия подчеркивают смелость агрессивность, безжалостность к противнику.

5. Музыкальные направления (Utah Jazz BC, Saint Louise Blues BC). Использование таких лексем подчеркивает особенности местности, в которой клуб основан. Так, в случае с Utah Jazz BC, команда базировалась в Новом Орлеане, родине джаза, и впоследствии переехала в Юту. Чтобы не потерять болельщиков, они сохранили лексему «Jazz» в своем названии. Сент-Луис – родина блюза. Кроме того, аналогия с музыкой напоминает, что спорт – это искусство.

6. Отражение некоторых экономических черт региона (Pittsburg Steelers, Edmonton Oilers). Так, Питтсбург – это столица сталелитейной промышленности. В то время как в Эдмонтоне находится один из центров нефтяной промышленности.

Кроме официальных названий футбольных команд, необходимо отметить, что в интернет-источниках присутствуют некоторые тенденции в номинации спортивных команд непосредственно в речи комментаторов, журналистов и др. Так, в основном, используются следующие приемы.

1. Непосредственное название команды без изменений.

«the Ligue 1 fixture between **Paris Saint-Germain** and **Strasbourg** has been postponed because of fears over the coronavirus» (ФК «Пари Сен-Жермен» и ФК «Страсбург»);

2. Использование одного из двух элементов названия (при участии в матче команд с составным названием).

«Ancelotti on the confidence of his side: «It's an important game. We went out after the game against **United** with a good confidence, we'll try to repeat against another strong team against Chelsea. The condition of the team is good in my opinion». В данном случае речь шла о команде футбольного клуба «Manchester United»;

«In a battle between the **Flyers** and **Capitals**, Philadelphia may have surrendered the first goal, but the Flyers scored three consecutives en route to an eventual 5-2 victory that trimmed the Capitals' division lead to a single point». Статья посвящена матчу между хоккейными клубами «Philadelphia Flyers» и «Washington Capitals»;

3. Противопоставление «хозяева» – «гости».

With two goals either side of half time, the **hosts** showed no fear on their Champions League knockout debut.

«It was evident that Setien had already imposed some of his ideas on this Barcelona side early on, with the hosts enjoying massive amount of possession and constantly playing out from the back, representing a gradual change from Ernesto Valverde's tactics».

«The Bizzare History of the Copa America's guest teams»;

4. Титулы и достижения команд.

«The **French champions** were scheduled to travel to Alsace to face Thierry Laurey's team on Saturday evening, but the spread of the virus has forced authorities to call off the match» («Чемпионы Франции»).

«**League leaders** Liverpool fell to the Chelsea sword midweek in the FA Cup» («Лидеры лиги»);

5. Цветовые атрибуты командной формы и общепринятые прозвища команд.

«League leaders Liverpool fell to the Chelsea sword midweek in the FA Cup, handing **the Reds** their third defeat in four after goals from Willian and Ross Barkley sealed **the Blues** place into the quarter finals», где «the Reds» - ФК «Ливерпуль», а «the Blues» - ФК «Челси».

«This meant **the Toffees** have not tasted defeat to Chelsea since 2017 (two wins two draws), having lost four consecutively prior», где «The Toffies», «ириски» – это ФК Эвертон.

6. Принадлежность команды к тренеру.

«But a big win Wednesday put the Flyers within a single point of top spot in the Metropolitan Division and it might be time to consider if **Alain Vigneault's group** will be the one to come out of the Eastern Conference», при этом, Алан Виньо тренирует команду «Philadelphia Flyers».

Следует отметить, что все примеры, приведенные в данной статье, взяты из интернет-источников англоязычной прессы. На сайтах спортивных федераций команды именуются официально.

В результате исследования были сделаны следующие выводы.

1. Номинации англоязычных футбольных команд имеют расчлененную структуру, при этом функцию ядерного компонента чаще всего выполняют зоонимы, названия артефактов, наименования природных явлений, имена мистических героев и воинов, имена, обозначающие абстрактные понятия, а также, этнонимы.

2. Ядерный компонент названия англоязычной футбольной команды позволяет подчеркнуть физические характеристики (умение быстро бегать, энергичность, выносливость, силу и ловкость), личностные качества (агрессивность, смелость, твердость характера) и профессиональные качества спортсменов (опытность, сплоченность, профессионализм).

3. В футболе основные виды номинаций сохраняют название города, из которого происходит команда.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антонова С. Н. Теория номинации в свете функциональной лингвистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.confcontract.com/2010alyans/fl2\\_anton.php](http://www.confcontract.com/2010alyans/fl2_anton.php) (дата обращения 06.04.2020).
2. Медведева Е. Р. Терминологическая номинация в спортивном дискурсе (на материале немецкого, английского и русского языков) // Вестник ВолГУ. Серия 9. – 2013. – Вып. 11. – С. 181–185.
3. Моравидж А. О. Футбол как объект номинации: на материале англоязычных спортивных текстов и сайтов СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Нижний Новгород, 2014. – 25 с.
4. BBC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/sport> (дата обращения 10.04.2020).
5. Euronews [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euronews.com/news/sport> (дата обращения 08.03.2020).
6. The FA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thefa.com> (дата обращения 11.04.2020).
7. The FFA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.myfootball.com.au> (дата обращения 11.04.2020).
8. The Sun [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thesun.co.uk/world-cup-2018/6695952/three-lions-england-shirt-why-origins/> (дата обращения 13.04.2020).
9. USNMT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ussoccer.com> (дата обращения 13.04.2020).
4. Cambridge Dictionary Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения 13.04.2020).

**ДАНИЛОВА В. Н.**  
**РАЗЛИЧИЯ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ МЕСТОИМЕНИЙ**  
**АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА РУССКОЯЗЫЧНЫМИ УЧАЩИМИСЯ**

**Аннотация.** Статья посвящена некорректному использованию английских местоимений русскоязычными учащимися. На основе анализа письменных работ учащихся автором выделяются группы типичных ошибок, как зависящих, так и не зависящих от уровня владения английским языком. Также в ходе анализа предпринимается попытка установить основные причины возникновения ошибок, связанных с использованием английских местоимений.

**Ключевые слова:** местоимение, ошибка, внутриязыковая интерференция, межъязыковая интерференция, лакуна, лингвистическая некомпетентность.

**DANILOVA V. N.**  
**DIFFERENCES IN USE OF ENGLISH PRONOUNS**  
**AMONG RUSSIAN STUDENTS**

**Abstract.** The article is devoted to the misuse of English pronouns among Russian students. On the basis of the students' paperwork analysis the author exemplifies and classifies some groups of frequent errors into two categories: errors depending on the level of proficiency in English and errors common for all levels of English. As part of the study an attempt to establish general reasons for these errors is made.

**Keywords:** pronoun, error, intralingual interference, interlingual interference, lexical gap, linguistic incompetence.

В рамках современной образовательной парадигмы перед преподавателем стоит задача не только исправить уже существующие ошибки учащихся, но и предотвратить возникновение так называемых потенциальных ошибок. С этой целью в процессе обучения русскоязычных учащихся английскому языку местоимения, с нашей точки зрения, должны рассматриваться подробно, поскольку особенности их употребления могут вызывать у учащихся определенные трудности. Данные трудности во многом связаны с существующими различиями между английскими местоимениями и их аналогами в русском языке. При этом важно отметить, что неверное использование английских местоимений русскоязычными учащимися прослеживается на всех уровнях владения иностранным языком. Однако данная проблема до сих не была в полной мере исследована в отечественном научном сообществе.

В современной лингвистике под ошибкой подразумевается некое отклонение от зафиксированного в словарях стандарта. Так, К. Клеппин в работе «Fehler und Fehlerkorrektur»

определяет ошибку как «отступление от системы языка либо отклонение от соответствующей лингвистической нормы» [1, с. 15]. При этом выделяют несколько основных причин возникновения ошибок, среди которых главной считается интерференция. Также к основным причинам относятся лингвистическая некомпетентность и явление, именуемое лакуной.

Следует отметить, что выделяют интерференцию межъязыковую и интерференцию внутриязыковую. Межъязыковая интерференция связана с взаимодействием нескольких языковых систем, в качестве которых обычно выступают родной и иностранный языки, в связи с чем происходит перенос правил, явлений из одного языка в другой. Внутриязыковая интерференция в свою очередь проявляется в рамках одной языковой системы, в ошибках, допущенных учащимися в связи с большим количеством различных грамматических явлений в изучаемом языке, которые так или иначе имеют некие общие закономерности.

Что касается лингвистической (языковой) некомпетентности, то она проявляется в неспособности учащегося понимать и продуцировать грамматически правильные формы и синтаксические построения, что вызвано ошибочным представлением или же незнанием системы изучаемого языка.

В современной лингвистике в связи с отсутствием постоянного денотативного значения местоимения рассматриваются с позиции дейктической референции, так как само местоименное значение устанавливается непосредственно во время акта коммуникации [2, с. 27]. В свою очередь под референцией понимается отнесенность языкового знака и объекта внеязыковой действительности. При этом референция делится на несколько типов, среди которых выделяется анафора, чья специфика заключается в повторном упоминании референта, иными словами, в смысл второго референциального выражения входит отсылка к антецеденту, то есть к «элементу предшествующего / последующего контекста, посредством которого осуществляется связь дейктического элемента с его референтом» [3, с. 50].

Как уже было сказано ранее, среди всех ошибок, допускаемых русскоязычными учащимися, мы решили обратить своё внимание на ошибки, связанные с некорректным использованием английских местоимений, поскольку между английскими местоимениями и их аналогами в русском языке существуют определенные различия. В связи с этим, у русскоязычного учащегося, изучающего английский язык, возникает необходимость «ломать» привычную ему модель представлений о языковых нормах и системе, основанных на знаниях родного языка. Именно из-за этого ошибки в процессе использования английских местоимений считаются практически неизбежными.

В рамках данной работы в целях выявления групп типичных ошибок, связанных с употреблением английских местоимений, в зависимости от уровня владения языком, а также стабильных ошибок, не зависящих от уровня владения языком, нами было проведено

соответствующее исследование. Были собраны письменные работы учащихся средних общеобразовательных школ, а также студентов факультета иностранных языков, изучающих английский язык в качестве первого и второго иностранного языков. Таким образом, в данном исследовании принимали участие учащиеся с предполагаемыми уровнями владения английским языком A2, B1 и B2 (по шкале CERF). Все письменные работы были тщательно проанализированы на предмет неверного употребления местоимений английского языка. Ошибки, выявленные в ходе анализа письменных работ, были объединены в соответствующие группы. В ходе исследования также были предприняты попытки определить причины возникновения данных ошибок.

Так, в письменных работах учащихся всех исследуемых уровней (A2, B1 и B2) были выделены следующие группы типичных стабильных ошибок:

1. наличие нескольких возможных антецедентов;
2. употребление местоимения *it* в качестве отсылки к комплексной ситуации, идее;
3. употребление местоимений *he, his, him, himself* в отношении *a person*;
4. неверное употребление местоимений *other(s) / another / the other(s)*.

Рассмотрим некоторые из данных ошибок.

Наиболее распространенной стабильной ошибкой, не зависящей от уровня владения английским языком, является наличие нескольких возможных антецедентов при использовании одного местоимения.

Рассмотрим пример (1), взятый из работы студента с уровнем B2:

(1) *People have allowed many species of animals to disappear from the face of the earth forever, and now some of **them** contribute to the disappearance of the native language, arbitrarily and consciously.*

Как видно из примера, установить референциальное значение местоимения *them* довольно затруднительно, так как в данном фрагменте можно выделить несколько существительных множественного числа, которые могут являться антецедентами: *people, species* и *animals*. Конечно, автор под местоимением *them* в данном примере подразумевает *people*, однако читатель не должен догадываться об антецеденте, на который указывает местоимение – возможный антецедент должен быть только один.

В примере (2), взятом из работы учащегося школы с уровнем A2, наблюдается та же самая ошибка:

(2) *The parents hated these boys because **they** strongly believed that the brothers are «bad kids» and could spoil other children.*

Определить к чему именно относится местоимение *they* достаточно сложно, так как в данном примере и *the parents*, и *these boys* могут выступать в качестве существительного-антецедента.

Как видно из примеров, русскоязычные учащиеся тяготеют к сложным предложениям, из-за чего в одном маленьком фрагменте можно выявить несколько существительных, обладающих одинаковыми характеристиками, из-за чего определение верного антецедента становится довольно затруднительным. Подобная ситуация возникает по причине того, что, как правило, предложения в русском языке, в отличие от предложений в английском языке, являются сложными, из-за чего при составлении тех же самых «русских» предложений на английском языке происходит межъязыковая интерференция. То есть учащиеся строят предложение точно так же, как они бы построили его на русском языке, вводя однородные члены предложения.

Также стабильной ошибкой, встречающейся как в письменных работах студентов, так и в письменных работах учащихся средней школы, является употребление местоимений *he, his, him, himself* в отношении неопределенного человека (*a person*).

Ознакомимся с примером (3), взятым из письменной работы студента, изучающего английский язык в качестве первого иностранного:

(3) *Thus, a person who invests a lot of strength in **his** development will always succeed not only in work but also in life.*

Как видно из примера, автор не имеет в виду какого-то конкретного человека, а прибегает к приему обобщения, о чем свидетельствует неопределённый артикль *a*. То есть *a person* в данном контексте имеет значение «каждый». В таком случае следующее за *a person* личное местоимение *his* ставит в замешательство, так как никакого существительного мужского рода единственного числа в данном примере не наблюдается.

Стоит отметить, что, согласно грамматике английского языка, в подобных неопределенно-личных предложениях следует использовать в некоторых случаях *one's*, в других – *their*. Возможен также вариант *his or her*. В таком случае правильный вариант примера (3) выглядел бы так (4):

(4) *Thus, a person who invests a lot of strength in **his or her** development will always succeed not only in work but also in life.*

Подобная же ошибка присутствует в письменных работах студентов, изучающих английский язык в качестве второго иностранного, и работах учащихся средней школы. Рассмотрим примеры (5) и (6):

(5) *A real love is when you love a person with all **his** flaws and virtues.*

(6) *Every person has **his** own Motherland.*

Как и в предыдущем примере (4), в данных примерах автор использует личное местоимение *his* в качестве притяжательного местоимения к *a person*, что противоречит грамматике английского языка.

Причиной данной ошибки по большей части является межъязыковая интерференция. Дело в том, что в подобных неопределенно-личных предложениях в русском языке в основном используется существительное мужского рода единственного числа «человек». Согласно грамматике русского языка, существительному мужского рода единственного числа соответствует притяжательное местоимение «его», которое на английский язык переводится как *his*. Таким образом получается, что учащиеся, переносят известное им правило из родного языка в иностранный язык. То есть причиной подобной ошибки является межъязыковая интерференция.

Перейдем к рассмотрению ошибок, допущенных преимущественно русскоязычными учащимися с уровнями B1 и B2 (студенты). В ходе анализа письменных работ были выявлены следующие группы подобных ошибок:

1. неверное употребление личных местоимений в значении обезличивания;
2. употребление местоимений *some* и *many* обособленно без существительного.

Рассмотрим пример (7), иллюстрирующий наиболее распространенную ошибку (неверное использование личных местоимений в обезличенном значении):

(7) *In this way, one's cultural boundaries expand, you understand the thinking of people from other places of the planet.*

Как видно из примера, в данном случае и местоимение *one's* и местоимение *you* имеют значение неопределенности, обобщенности. То есть автор, используя в данном неопределенно-личном предложении местоимение *you*, не обращается к какому-то конкретному человеку, а имеет в виду всех людей в общем. Что, в принципе, не нарушает принципа построения неопределенно-личных предложений в английском языке. Однако сама ошибка заключается в использовании местоимения *you* и притяжательной формы *one's*, образованной от неопределенно-личного местоимения *one*, в одном и том же предложении.

Причина подобных ошибок заключается во внутриязыковой интерференции, которая проявляется из-за лингвистической некомпетентности. Русскоязычные учащиеся путаются во всех этих формах выражения неопределенности. Не зная, какую именно форму выбрать в том или ином случае, они начинают использовать все подряд, даже не задумываясь о том, как это повлияет на способность понимания написанного.

В то же время встает вопрос, почему подобная ошибка несогласования встречается лишь работах студентов с достаточно высоким уровнем владения английским языком. Мы считаем, что причина кроется в том, что учащиеся с более низким уровнем владения

английским языком вовсе не знакомы с таким неопределенно-личным местоимением *one* и образованными от него формами. Или же, даже обладая какими-либо поверхностными знаниями о данном местоимении, учащиеся с более низким уровнем владения английским испытывают неуверенность в его использовании в своей речи. Это объясняется тем, что в русском языке эквивалент местоимению *one* вовсе отсутствует, то есть причиной является лакуна.

Перейдем к рассмотрению ошибок, встречающихся в основном в работах учащихся средней школы с предполагаемым уровнем владения английским A2. В ходе анализа были выявлены следующие группы ошибок:

1. употребление указательных местоимений обособленно без существительных;
2. употребление личного местоимения без обозначения антецедента;
3. употребление личного местоимения сразу после существительного – антецедента;
4. несогласование в числе существительного и личного / указательного местоимения.

Рассмотрим некоторые из данных ошибок. Так, пример (8) иллюстрирует употребление указательного местоимения без привязки к какому-либо существительному:

(8) *The school will fund football training. It will produce lots of interest from students. **These** will be organised on Tuesdays and Thursdays at 5 p.m.*

В данном примере указательное местоимение *these* употребляется обособлено, то есть без существительного. Конечно, грамматика английского языка допускает выражение подлежащего через указательное местоимение, однако в таком случае должен присутствовать антецедент. В данном же примере, исходя из контекста, можно догадаться, что под местоимением *these* подразумеваются занятия футболом. Однако сам антецедент на самом деле в предложении отсутствует.

Причина подобной ошибки, как нам кажется, заключается в том, что русскоязычные учащиеся путают случаи употребления указательных местоимений с личными местоимениями. То есть причина заключается в внутриязыковой интерференции и лингвистической некомпетентности.

Также довольно частой ошибкой, встречающейся в работах учащихся с уровнем владения A2 (школьники), является употребление личного местоимения без обозначения антецедента. То есть, когда личные местоимения, в принципе, не несут никакого референциального значения.

(9) *Also a popular idea was to make a drama group. **They** will meet on Saturday morning and put on a show in the summer term.*

Для лучшего понимания сути ошибки нам следует перевести пример: «Другой популярной идеей было организовать драмкружок. Они будут встречаться по утрам в субботу и поставят спектакль во время летнего семестра». Возникает вопрос, кого именно имеет в виду автор под местоимением *they*, так как никаких подходящих по смыслу и по грамматическим характеристикам существительных нет ни в первом, ни во втором предложении. То есть антецедент отсутствует, из-за чего возможность верно истолковать смысл данного фрагмента сводится к нулю. Как нам кажется, причина данной ошибки кроется в неправильном структурировании, так как верно понять смысл этих предложений, даже переведя их на русский язык, практически невозможно.

Таким образом, становится ясно, что выделение групп типичных ошибок русскоязычных учащихся вне зависимости от уровня владения английским языком представляется возможным. Так, к подобным ошибкам относятся: наличие нескольких возможных антецедентов; употребление местоимения *it* в качестве отсылки к комплексной идее; употребление местоимений *he, his, him, himself* в отношении *a person*; неверное употребление местоимений *other(s) / another / the other(s)*.

Более того, нам удалось выделить ошибки в зависимости от уровня владения языком. Так к ошибкам учащихся с уровнем А2 относятся: употребление указательных местоимений обособленно без существительных; употребление личного местоимения без обозначения антецедента; употребление личного местоимения сразу после существительного-антецедента; несогласование в числе существительного и личного / указательного местоимения. В свою очередь, неверное использование личных местоимений в значении «обезличивания» и употребление местоимений *some* и *many* обособленно без существительного характеризуют работы студентов с уровнем В1-В2.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Kleppin K. Fehler und Fehlerkorrektur. – München: Goethe-Institut, 1998. – 152 s.
2. Селиверстова О. Н. Местоимения в языке и речи. – М.: Наука, 1988. – 151 с.
3. Коровина И. В. Параметры дейктической процедуры в англоязычной научной коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2011. – 163 с.

**ПРОНИНА А. В.**

## **СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В ПОЛИТИЧЕСКИХ ЗАЯВЛЕНИЯХ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ В СОЦСЕТЯХ**

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены особенности применения стилистических средств в политических заявлениях, размещенных в социальных сетях. Проведен анализ постов англоязычных политических деятелей, опубликованных в социальной сети «Твиттер». В результате были выделены ключевые стилистические средства морфологического, лексического и синтаксического уровней.

**Ключевые слова:** интернет-дискурс, политический дискурс, стилистические средства, коммуникация.

**PRONINA A. V.**

## **STYLISTIC MEANS OF ENGLISH POLITICAL STATEMENTS IN SOCIAL NETWORKS**

**Abstract.** The paper considers the key features of the use of stylistic means in political statements posted in social networks. The author has analyzed the statements of English-speaking political leaders posted in the social network “Twitter”. As a result, the main stylistic means of morphological, lexical, and syntactic levels have been singled out.

**Keywords:** Internet discourse, political discourse, stylistic means, communication.

В всемирного распространения сети Интернет невозможно игнорировать влияние социальных сетей и других виртуальных источников передачи и обмена информацией на жизнь современного человека и на то, как стремительно вместе с этим меняется форма деятельности политических лидеров. Все чаще процесс коммуникации между политиками и широкими общественными массами происходит через публикации в социальных сетях. Следовательно, нельзя не отметить тот факт, что в сложившихся условиях стремительного распространения и популяризации социальных сетей, как новой площадки для общественной деятельности, язык политического дискурса также проходит через процесс изменений.

Однако логично предположить, что данные преобразования имеют свою общую специфику и закономерности. Целью данной статьи является выявление общих стилистических особенностей в политических заявлениях на английском языке, опубликованных в социальных сетях.

Объектом проводимого исследования служат непосредственно стилистические средства, в то время как предметом являются особенности применения данных средств на

лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях, а также их функции. Материалом исследования послужили сообщения различных политических лидеров, которые были опубликованы ими в социальных сетях на английском языке за прошедшие несколько месяцев. При этом основными методами исследования отобранного материала являются аналитический и синтетический методы. В ходе проведенного исследования были проанализированы многочисленные посты англоязычных политических деятелей в социальных сетях и выявлены основные особенности применения и функции тех или иных стилистических средств в исследуемых постах и микроблогах.

Прежде чем приступить к анализу указанных стилистических средств необходимо подвергнуть рассмотрению политический дискурс как одно из ключевых понятий данной статьи. Мы можем утверждать, что он, как и любой другой тип дискурса, представляет собой сложную и многогранную систему, состоящую из множества элементов и имеющую свои отличительные признаки и особенности. Наличие определенных жанров как раз и является одним из таких признаков. В политическом дискурсе выделяется довольно большое количество жанров, среди которых наиболее популярными считаются новостная заметка, интервью, аналитическая статья. Если раньше на первый план выходил политический дискурс СМИ, где главным посредником между политическим деятелем и общественными массами был журналист, то теперь данная необходимость все чаще и чаще отпадает, потому как все большее число политиков начинают создавать собственные профили в социальных сетях, упрощая процесс коммуникации с остальными пользователями.

Что касается формы политического дискурса, то он выражается в институциональной форме. Так, например, одна из исследователей проблем политического дискурса, Е. И. Шейгал, определяет институциональный дискурс как дискурс, способный существовать только в тех институтах, неотъемлемым признаком которых является общение [4, с 306]. Институциональность также указывает на тот факт, что процесс коммуникации происходит не между отдельными людьми, а представителями социальных институтов, то есть общение приобретает статусно-ролевой характер [1, с. 6].

Институциональность дискурса предполагает использование участниками коммуникации определенных стратегий общения и поведения. Вследствие этого внутри политического дискурса имеет место явление доминирования адресанта над референтом, при котором последний находится под активным влиянием первого. Адресант в данном случае имеет возможность оказывать своего рода давления на адресата, навязывая ему при этом определенные политические идеи и установки. Следовательно, в данном случае референт может быть охарактеризован как пассивный объект подобной деятельности.

Целью политического дискурса является не только распространение информации о различных политических идеях и установках, но также и оказание эмоционального давления, которое в большинстве случаев имеет манипулятивный характер. Вследствие подобного воздействия на аудиторию нередко происходят вбросы дезинформации, что может оказать разрушительное влияние на взгляды и ценности избирателей.

Необходимо также ввести еще одно ключевое для проводимого исследования понятие – интернет-дискурс. Его образование и развитие, а также развитие дискурса социальных сетей в частности стало возможным благодаря формированию и распространению компьютерных сетей в глобальных масштабах. Несмотря на то, что процесс данного образования и развития начался относительно недавно, он уже смог затронуть также и лингвистический аспект. Таким образом, с появлением и дальнейшим распространением Интернета среди широких масс населения образовался и новый характерный для него тип дискурса, который также имеет свои отличительные признаки и особенности.

Среди ученых нет единого подхода к определению интернет-дискурса. Согласно Е. Ю. Распопиной, интернет-дискурс является сложной системой, основой которой является текст, и определяемой какой-либо ситуацией языкового общения, основным условием которого служит наличие компьютера и компьютерного сигнала. Исследователь подчеркивает при этом, что данный вид коммуникации может проходить как между отдельными пользователями, так и между пользователем и непосредственно дискурсивным пространством Интернета [2, с. 4].

Еще одно определение дискурса интернет-пространства можно найти в работе М. С. Рыжкова: «Когнитивно-коммуникативное пространство Глобальной сети, в котором посредством электронного канала передачи данных и гипертекстуального механизма их структуризации и маршрутизации с помощью (пара) вербальных средств осуществляется коммуникативное взаимодействие, характеризующееся субституцией реального образа вымышленным» [3, с. 56].

На основе данных определений можно заключить, что интернет-дискурс – это текстовое коммуникативное пространство, основным условием существования которого является наличие электронного сигнала, а основная цель – виртуальное взаимодействие пользователей друг с другом или с интернет-пространством.

Проанализировав многочисленные микроблоги известных англоязычных политических лидеров, мы пришли к выводу, что среди многообразия стилистических средств лексического уровня в рассмотренных заявлениях и обращениях политических деятелей

широкое применение находят метафоры и эпитеты. В качестве примера приводим цитаты некоторых постов политиков из социальной сети Twitter:

- (1) @HillaryClinton “It's incredible that this has to be said: Letting thousands of people needlessly suffer and die is wrong. It's also not a recipe for rescuing the economy.”

В данном примере метафора «a recipe for rescuing the economy» служит для постановки акцента на важности поддержания национальной экономики на приемлемом уровне, что позволит стране достойно бороться с пандемией коронавируса.

Еще одним ярким примером использования метафоры внутри сообщений из социальных сетей и блогов является следующий твит из интернет-профиля бывшего американского президента Барака Обамы:

- (2) @BarackObama “ ...Leaders have to step up to support people whose lives and livelihoods take a hit in the weeks ahead”.

Для усиления эмоциональной окраски и привлечения внимания общественности к проблеме борьбы с коронавирусом политик использует метафору «take a hit».

Эпитеты также прослеживаются в многочисленных твитах и сообщениях англоязычных политических деятелей. Так, например, в микроблоге Хилари Клинтон на платформе Twitter можно найти несколько ярких примеров использования данного стилистического приема:

- (3) @HillaryClinton “Love to see gutsy women flocking together”, “There can be no sustainable peace in Afghanistan if women are not at the negotiating table.”.

В приведенных примерах эпитеты подчеркивают основную мысль автора публикации, призывая пользователей осознать важность поднимаемых проблем и отнестись к ним с такой же серьезностью, как и сами политические лидеры.

Что касается стилистических приемов на морфологическом уровне мы можем заключить, что их использование в политических заявлениях, опубликованных в социальных сетях, имеет довольно низкий процент в сравнении с остальными стилистическими приемами. Причиной данному явлению может послужить формальный характер подобных сообщений и постов, в которых редко возможно создание окказиональных слов, потому как данные лексические единицы не часто становятся частью текстов политической направленности. Гораздо чаще подобный прием можно наблюдать в художественном тексте. Тем не менее, на основе анализа многочисленных микроблогов и постов политиков нам удалось заключить, что некоторые стилистические средства выразительности на морфологическом уровне все же находят свое отражение в постах политиков в социальных сетях. Например, морфемный

повтор, который мы можем заметить в твитах известных американских политических деятелей Хилари Клинтон и Барака Обамы:

(4) @HillaryClinton “.... Yet they are underpaid and undervalued...”

(5) @BarackObama “...For me, Easter is a time of hope—a reminder of rebirth and renewal—and a belief in a better day to come...”

В приведенных примерах морфемный повтор используется политическими лидерами для усиления эмоциональной составляющей их сообщений, а также фокуса на актуальных в данный момент времени общественных проблемах.

Среди стилистических средств на синтаксическом уровне автор может выделить те, которые используются в политических заявлениях чаще всего, а именно: стилистическая инверсия и синтаксический параллелизм. Инверсия как синтаксический прием, выполняющий смысловую функцию для выделения определенных слов автора, используется у многих знаменитых англоязычных политиков в социальной сети Twitter:

(6) @HillaryClinton “Of 508 hospitalized patients in the U.S., 38% were between the ages of 20 and 54...”

В данном примере инверсия используется для акцентирования внимания на числе госпитализированных пациентов в США, среди которых довольно высокий процент приходится на представителей молодого поколения.

(7) @BarackObama “...With boundless generosity, patience, and moral courage, he encouraged a new generation of activists and leaders...”

В приведенном сообщении автором посредством инверсии подчеркивает важность приведенных выше качеств как основной фактор для мотивации нового поколения лидеров и активистов.

Синтаксический параллелизм также встречается во многих заявлениях политиков, опубликованных политическими деятелями в социальных сетях. Так, например, яркий пример использования данного средства можно проследить в одном из постов лидера лейбористской партии Джереми Корбина:

(8) @jeremycorbyn “Coronavirus will not be solved by those driven by private profit. It will be solved by the bravery of NHS workers on the frontline. By communities coming together in all their diversity. By the Government taking bold action in the interests of all.”

В данном примере цель использования синтаксического параллелизма заключается в акцентировании внимания на средствах, которыми возможно решение проблемы глобального распространения коронавируса. Подобную функцию выполняет данный прием также и в

постах члена американской демократической партии Хиллари Клинтон в социальной сети Twitter:

- (9) @HillaryClinton “Russians appear to be re-running their 2016 hacking playbook, once again to benefit Donald Trump. Will the media play along again? Will the GOP open the door again? Will the Russians help pick our POTUS again?”

На основании проведенного анализа ряда политических заявлений, опубликованных в социальных сетях, можно сделать вывод, что большинство из них имеют общие стилистические особенности на различных уровнях. Так, рассматривая стилистические средства выразительности на лексическом уровне, мы делаем заключение, что в своих заявлениях и обращениях политики чаще всего используют эпитеты и метафоры, служащие функции усиления эмоционального воздействия на читателя. Стилистические средства морфологического уровня выражаются в подобных заявлениях не в таком широком диапазоне, как остальные рассматриваемые средства, однако находят свое отражение в некоторых постах в виде морфемного повтора. Инверсия и синтаксический параллелизм, как мы можем заключить исходя из проведенного исследования, являются одними из самых распространенных стилистических средств на синтаксическом уровне. Данные приемы помогают акцентировать внимание читателя на определенных словах автора поста и тем самым увеличивают интерес общественности к определенным проблемам, требующим немедленного решения.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.
2. Распопина Е. Ю. Стратегический аспект информационного жанра интернет-дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2012. – 18 с.
3. Рыжков М. С. Прецедентные персонажи синхронного интернет-дискурса // Язык, коммуникация и социальная среда. – Выпуск 8. – Воронеж: ВГУ, 2010. – С. 56–63.
4. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Волгоград, 2000. – 45 с.
5. Социальная сеть Twitter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/> (дата обращения 07.05.2020).

**ЯВОР А. С.**

**ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ  
ФОРМИРОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА**

**Аннотация.** В статье рассматривается специфика построения англоязычного рекламного текста с точки зрения психологических механизмов его воздействия на реципиента. В этой связи исследуются языковые средства, выполняющие функции информирования, убеждения и побуждения в рекламном тексте на английском языке.

**Ключевые слова:** психолингвистика, рекламный текст, структура текста, лингвистика, языковое воздействие.

**IAVOR A. S.**

**PSYCHOLINGUISTIC ASPECTS OF ENGLISH ADVERTISING TEXT FORMATION**

**Abstract.** The article deals with the features of the formation of the English advertising text in terms of the psychological impact on the recipients. The author studies the language means of informing, persuading, and motivating used in the English advertising text.

**Keywords:** psycholinguistics, advertising text, text organization, linguistics, language impact.

Реклама является неотъемлемой частью жизни современного человека. Она привлекает к себе внимание потенциальных покупателей с целью внушить мысль о необходимости приобретения рекламируемой продукции. Существуют различные виды рекламы: телевизионная, радио, наружная, интернет-реклама и т.д. Однако, несмотря на многообразие, чаще всего люди сталкиваются с печатной рекламой и рекламными текстами различного происхождения: на афишах, листовках, вкладки в журналах, баннерах плакатах, буклетах, каталогах и т. д. В этой связи цель данной статьи – рассмотреть специфику построения англоязычного рекламного текста в ракурсе языковых и психологических механизмов его воздействия на реципиента.

В настоящее время рекламный текст стал популярным объектом исследования различных направлений лингвистики, в том числе психолингвистики. Так, например, в работах отечественных лингвистов А. А. Леонтьева «Психолингвистика в рекламе» и А. В. Кинцель «Психолингвистические механизмы речевого воздействия» рассматривается язык современной рекламы, механизмы речевого воздействия и их эффективность [1]. Целью таких исследований является изучение влияния рекламы на человека при помощи лингвостилистических средств.

Как известно, несмотря на большое количество исследовательских работ, общепринятого единого определения рекламного текста не существует. Тем не менее, исследователи в сфере лингвистики прилагают усилия для того, чтобы его сформулировать. По словам исследователей влияния рекламы на психику Л. П. Амири и С. В. Ильясовой, рекламный текст в устной или письменной форме, является заранее подготовленным, обладающим автономностью, изначально направленным на донесение до адресата определенной информации [2]. Известный исследователь в области лингвистики текста, А. Д. Кривоносов, предлагает определение рекламного текста как несущего рекламную информацию. Его отличие от других текстов заключается в том, что он содержит информацию о физическом или юридическом лице, товарах. Он предназначен для неопределенного круга лиц и призван формировать или поддерживать интерес к физическому или юридическому лицу, товарам, идеям, начинаниям, более того, он способствует их реализации [3]. А. А. Леонтьев, выдающийся отечественный лингвист, дает определение рекламного текста как любого структурно организованного продукта общения, организующего само общение, то есть это любая, не обязательно речевая или языковая, структура, отчужденная от человека и используемая для воздействия, для общения с этим человеком той или иной социальной группой, социальным институтом [4].

Таким образом, данные определения рекламного текста можно объединить общей практической задачей – побудить потребителя к приобретению того или иного продукта. Чтобы решить эту задачу, следует уделить внимание оформлению текста, его структуре и лингвистическим средствам, используемым для привлечения внимания потенциальных покупателей.

При правильном построении рекламный текст состоит из следующих структурных частей: заголовок, основная часть, рекламные реквизиты. Каждая из этих частей выполняет свою функцию [5]. Заголовок является сутью рекламного обращения и главным аргументом. Покупатель обращает внимание на него и определяет для себя, относится ли данная реклама к тому, что его интересует [6]. Например: “Pinterest: Create your own outcome”, “Oscar: Make the impersonal, personal”, “Scratch: Making you think” [7].

Основная часть предоставляет потребителю важную, подробную информацию о товаре и его стоимости [5]. Из основной части исключается информация, которая не связана с рекламной идеей. Фокус делается на максимальную лаконичность текста, где основная мысль приводится в самом начале, а второстепенная информация располагается в конце. Например, реклама MacBook Air от фирмы Apple: “The incredibly thin and light MacBook Air is now more powerful than ever. It features a brilliant Retina display, new Magic Keyboard, Touch ID, processors with up to twice the performance, faster graphics, and double the storage capacity. The

sleek wedge-shaped design is created from 100 percent recycled aluminum, making it the greenest Mac ever. And with all-day battery life, our most popular Mac is your perfectly portable, do-it-all notebook. Starting at \$999” [8] или iPad Pro также от фирмы Apple “Your next computer is not a computer. It’s a magical piece of glass. It’s so fast most PC laptops can’t catch up. It has pro cameras that can transform reality. And you can use it with touch, pencil, keyboard, and now trackpad. It’s the new iPad Pro. Starting at \$679” [9].

В заключение рекламного текста, согласно исследованию молодого отечественного исследователя А. С. Кильдишовой, приводятся рекламные реквизиты, в которых содержится основная справочная информация (адрес магазина, где можно приобрести товар, телефон, эл. почта) [5]. Реквизиты нужны для установления контакта между рекламодателями и потребителем, т.е. чтобы покупатель впоследствии после их прочтения отправился в ближайший магазин для покупки товара [10]. В связи с этим, они расположены в конце. К примеру, реклама компьютеров Apple: “You can join the personal computer revolution by visiting the Apple dealer in your neighborhood. We’ll give you his name when you call our toll-free number (800) 538-9696. In California, (800) 662-9238. Apple Computer, 10260, Bandley Drive, Cupertino, CA 95014” или онлайн магазина Apple Online Store “Apple.com is a convenient place to purchase Apple products and accessories from Apple and other manufacturers. You can buy online, or call (800) MY–APPLE (800–692–7753), 7 days a week from 7:00 a.m. to 11:00 p.m. Central time” [11].

Однако особенностей построения рекламного текста недостаточно для оказания устойчивого влияния на реципиента. Важным механизмом воздействия на читателя является наличие лингвостилистических средств, таких как ритм, аллитерация, идиома, двусмысленность, гипербола, сравнение, метафора, метонимия, антитеза, олицетворение и др. Так, например, ритм обычно встречается в заголовках, лозунгах и слоганах, он необходим для лучшего запоминания, например “iTunes, we’ve just turned on the radio” (iTunes Radio) [12]. Аллитерация выполняет такие же функции, как и ритм: “Performance. Prestige. Passion for Innovation” (Breitling), “Beanz, Meanz, Heinz” (Heinz) [14]. Также в рекламных текстах часто встречается двусмысленность, которая проявляется в качестве шутки, и при манипуляции, для привлечения внимания к товару, например “Fax Me!” (Sweetheart Candy) [15], “Your Wife is HOT. Buy a Conditioner” (Not Just Cooling). Антитеза используется, чтобы показать контраст, противоположность идей и в то же время их гармоничное сочетание, что несомненно привлекает внимание покупателя: “Imagine a Mini Phone with Maximum Style and Design” (iPhone 11) [17], “Talks inside. Shouts outside” (New 2006 Fiesta) [18]. Часто в рекламных текстах встречается олицетворение, это связано с тем, что наделение товара человеческими качествами вызывает эмоциональный отклик у покупателя, к примеру “Nothing Hugs Like

Huggies” (Huggies) [19], “The Car that Cares” (KIA) [20]. Нередко встречается повелительное наклонение (приказ, просьба или совет), что является призывом для приобретения рекламируемого товара “Fresh-up with Seven-up” (Seven Up) [21], “Drink Coca-Cola and Enjoy It” (Coca-Cola) [22], “Obey Your Thirst” (Sprite) [23].

Кроме лингвостилистических средств и особенностей структуры рекламного текста к психологическим аспектам А. А. Леонтьев также относит основную задачу рекламного текста. Согласно мнению исследователей психологического воздействия рекламы на человека О. М. Алиева и Р. Шайхаматовой, это может быть информирование, убеждение и побуждение [20].

Информирование потенциальных клиентов о бренде и его продуктах является первым шагом к выполнению основной задачи рекламы [25]. Реклама используется для повышения узнаваемости бренда на целевом рынке и именно при помощи информирования потребитель может узнать о самом товаре, о его характеристиках, сфере применения, где его можно приобрести и, в конце концов, задуматься, приобретать ли ему товар или нет. Например, реклама часов Apple Watch Series 5 “The most advanced Apple Watch yet, featuring the Always-On Retina display, the ECG app, international emergency calling, fall detection, and a built-in compass” [37] или iPad Magic Keyboard “The all-new Magic Keyboard is an amazing companion for iPad Pro. It features the best typing experience ever on iPad, a trackpad that opens up new ways to work with iPadOS, a USB-C port for pass-through charging, and front and back protection. The Magic Keyboard features a floating cantilever design, allowing you to attach iPad Pro magnetically and smoothly adjust it to the perfect viewing angle for you” [38]. Так, информирование хоть и оставляет право выбора, но при этом заинтересовывает покупателя и заставляет его задуматься над покупкой товара. Все это делается для того, чтобы показать, как реклама может соответствовать вашим индивидуальным желаниям и потребностям.

Следующим шагом после информирования следует убеждение. О. А. Филиппова в своих исследованиях отмечает, что посредством убеждения покупателю доказывают, что ему необходимо приобрести рекламируемый продукт и показывают, какие у товара достоинства и преимущества [22]. При этом особенно подчеркивается дихотомия «произведено здесь/не здесь», когда страна производства может ассоциироваться с гарантией качества в глазах покупателей: “Thomas. Made in Germany” (Thomas) [24], “America Runs on Dunkin” (Dunkin’ Donuts) [25].

Также в рамках убеждения используются утвердительные высказывания, чтобы убедить покупателя в том, что он уже любит рекламируемый товар: “McDonalds I’m Lovin’ It” (McDonalds) [29], “The King of Beers” (Budweiser) [31], “It’s Everywhere You Want to Be” (Visa) [31], “They’re grrrrrrreat!” (Frosted Flakes) [32].

Еще одна стратегия, которую используют производители рекламы для убеждения покупателей, это проявление заботы или попытка дать совет. Продавец показывает покупателю, как он заботится о нем и как много он для него значит: “Have a break, have «Kit Kat»” (Kit Kat) [33], “L’Oreal – Because you’re worth it” (L’Oreal) [29], “Save Money. Without Thinking About It” (Digit) [34], “Skin First. Makeup second. Smile Always” (Glossier) [35], “Love them like family. Feed them like family” (Blue Buffalo) [36], “Don’t Leave Home Without It” (American Express) [37], “You’re in Good Hands” (Allstate) [37].

Некоторые продавцы прибегают к вульгарности и двусмысленности в рекламе для большего привлечения внимания покупателя к товару, с целью вызвать у него бурную эмоциональную реакцию и, тем самым, понравиться ему [26]. Например: “Teeney doesn't mean weeny” (iPod mini), “Finger-lickin' good!” (KFC) [29], “Let Your Fingers Do the Walking” (Yellow Pages) [38], “When It fits, You Feel It” (JCPenney) [38], “Nothing Sucks Like an Electrolux” (Electrolux) [38].

Завершающим этапом реакции человека на рекламу является процесс побуждения. В процессе побуждения, покупатель, убедившись в необходимости приобретения товара и взвесив все «за» и «против», совершает покупку. На этом этапе реципиентам рекламы кажется, что они контролируют ситуацию, имеют некую власть над ней, т.е. сами принимают решение о покупке без какого-либо влияния извне. Они уверены, что их покупка представляет собой именно то, что им нужно, то, чего они так желают и хотят. К примеру, реклама автомобиля марки Dodge “Grab Life by the Horns” или фирмы Nike “Just Do It” и Panasonic “A Better Life. A Better World” [36].

Таким образом, рекламный текст оказывает влияние на активность потенциальных покупателей и различными способами подталкивает их к приобретению той или иной продукции. Для этого создатели рекламного текста обращаются к специальным принципам построения текста, сочетая лингвистические и психологические средства: структурные части рекламного текста (заголовок, основная часть, рекламные реквизиты) и его основные задачи (информирование, убеждение и побуждение). В совокупности лингвистика и психология помогают рекламе в достижении ее основной цели – оказать влияние на потребителя и сформировать взаимодействие между рекламой и ее адресатом.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коблева С. Я., Коблев Р. М. Психолингвистика и ценностные ориентации личности // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2006. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/psiholingvistika-i-tsennostnye-orientatsii-lichnosti> (дата обращения 22.04.2020).

2. Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. – 5-е изд., стер. – М.: Флинта, 2015. – 296 с.
3. Кривоносов А. Д. Жанры PR-текста. – СПб.: Петербургское востоковедение, 2002. – 288 с.
4. Леонтьев А. А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. – М.: Смысл, 2011. – 271 с.
5. Кильдишова А. С. Функциональные составляющие композиции рекламного текста // Молодой ученый. – 2016. – № 11 (115) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/115/30609/> (дата обращения 21.04.2020).
6. Сохова И. Б. Рекламный заголовок и его функции // Молодой ученый. – 2018. – № 52 (238) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/238/55281/> (дата обращения: 22.04.2020).
7. 9 Awesome Examples of Copywriting Headlines [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neilpatel.com/blog/copywriting-headline-examples/> (дата обращения 10.05.2020).
8. Apple Store Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.apple.com/macbook-air/> (дата обращения 10.05.2020).
9. Apple Store Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.apple.com/ipad-pro/> (дата обращения 10.05.2020).
10. Васильева А. Н. Языковые особенности и структура текста в радиорекламе // Вестник КГУ. – 2010. – №1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-osobennosti-i-struktura-teksta-v-radioreklame> (дата обращения: 22.04.2020).
11. Apple Advertising and Brochure Gallery [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.macmothership.com/gallery/gallery1.html> (дата обращения 10.05.2020).
12. The 100 Best Advertising Taglines Ever [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thebalancecareers.com/best-advertising-taglines-ever-39208> (дата обращения 10.05.2020).
13. 'You Are Gay,' 'Fax Me,' 'Let's Read,' and 17 More Amazing Retired Sweetheart Candy Sayings [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theatlantic.com/business/archive/2013/02/you-are-gay-fax-me-lets-read-and-17-more-amazing-retired-sweetheart-candy-sayings/273137/> (дата обращения 10.05.2020).
14. BBC News [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/uk-england-nottinghamshire-49035175> (дата обращения 10.05.2020).
15. Apple Store Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.apple.com/> (дата обращения 10.05.2020).

16. Catchy Slogans [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brandongaille.com/list-152-catchy-car-slogans-and-great-taglines/> (дата обращения 10.05.2020).
17. Slogans and Advertising Campaigns [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kingygraphicdesignhistory.blogspot.com/2010/05/posters.html> (дата обращения 10.05.2020).
18. List of Coca-Cola slogans [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Coca-Cola\\_slogans](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Coca-Cola_slogans) (дата обращения 10.05.2020).
19. Sprite Drink [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Sprite\\_\(drink\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Sprite_(drink)) (дата обращения 10.05.2020).
20. Алиев О. М., Шайхаматова Р. О психологических методах воздействия рекламы // Вопросы структуризации экономики. – 2010. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-psihologicheskikh-metodah-vozdeystviya-reklamy> (дата обращения: 22.04.2020).
21. Виды рекламного психологического воздействия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studme.org/58306/psihologiya/vidy\\_reklamnogo\\_psihologicheskogo\\_vozdeystviya](https://studme.org/58306/psihologiya/vidy_reklamnogo_psihologicheskogo_vozdeystviya) (дата обращения 10.05.2020).
22. Филиппова О. А. О некоторых приемах эмоционального речевого воздействия в рекламе // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – №7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryh-priemah-emotsionalnogo-rechevogo-vozdeystviya-v-reklame> (дата обращения 22.04.2020).
23. Лучшие Слоганы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://radiportal.ru/articles/2931/luchshie-slogany-rossii> (дата обращения 10.05.2020).
24. Thomas Company [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.robert-thomas.de/en/company> (дата обращения 10.05.2020).
25. Top Brand Slogans [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ebaqdesign.com/blog/brand-slogans> (дата обращения 10.05.2020).
26. Петров А. Е. Маркетинговые и рекламные методы воздействия на покупателей // Научный журнал КубГАУ. – 2017. – №131 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-i-reklamnye-metody-vozdeystviya-na-pokupateley> (дата обращения 22.04.2020).
27. Catchy and Creative Slogans [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tripwiremagazine.com/50-examples-of-catchy-and-creative-slogans/> (дата обращения 10.05.2020).
28. Most Memorable Cereal Slogans [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mrbreakfast.com/list.asp?id=2> (дата обращения 10.05.2020).

29. KitKat slogan break [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/media/2004/aug/03/advertising.uknews> (дата обращения 10.05.2020).
30. Perfect Tagline Examples from Brands of All Sizes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.columnfivemedia.com/13-unique-tagline-examples> (дата обращения 10.05.2020).
31. Glossier [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.glossier.com/> (дата обращения 10.05.2020).
32. BlueBuffalo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bluebuffalo.com/> (дата обращения 10.05.2020).
33. The 10 Best Slogans of All Time [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.qualitylogoproducts.com/promo-university/10-best-slogans-of-all-time.htm> (дата обращения 10.05.2020).
34. Ad Slogans That Are Oddly Sexual When You Think About It [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.buzzfeed.com/alexalvarez/is-it-in-you> (дата обращения 10.05.2020).
35. Ambiguous Advertising Slogans [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.quora.com/What-are-two-examples-of-ambiguous-advertisement-slogans> (дата обращения 10.05.2020).
36. Types of Motivation in Advertising [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studymoose.com/types-of-motivation-in-advertising-essay> (дата обращения 10.05.2020).
37. Apple Store Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.apple.com/ipad-keyboards/> (дата обращения 10.05.2020).
38. Apple Store Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.apple.com/apple-watch-series-5/> (дата обращения 10.05.2020).

**ИРГИЗОВА К. В., САФОНКИНА О. С.**

**КОРПУС АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВО АНАЛИЗА ОШИБОК  
В ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ УЧАЩИХСЯ**

**Аннотация.** В данной статье рассматривается концепция теории анализа ошибок на основе корпусных ресурсов. Авторы высказывают предположение о том, что исследование природы ошибок учащихся на примерах из учебного корпуса, а также моделирование на их основе корректирующих упражнений, может способствовать уменьшению совершения ошибок в будущем. Предложен ряд практических рекомендаций по работе с корпусными ресурсами для преподавателей английского языка и учащихся.

**Ключевые слова:** корпусная лингводидактика, теория анализа ошибок, корпусный анализ ошибок, корпус учащегося, навыки академического письма.

**IRGIZOVA K. V., SAFONKINA O. S.**

**ENGLISH-LANGUAGE CORPORA  
FOR ERROR ANALYSIS IN STUDENTS' WRITING**

**Abstract.** The article provides an overview of the theory of corpus-based error analysis. The authors suggest that the study of the nature of students' errors through examples from learner corpora and modeling relevant corrective exercises may reduce the percentage of subsequent errors. Practical tips for working with corpus resources for English teachers and students are offered.

**Keywords:** corpus linguodidactics, error analysis, corpus-based error analysis, learner corpora, academic writing skills.

Цифровая революция принесла в процесс образования ряд новых инструментов. Некоторые из них уже широко известны и активно используются, например, сервисы проверки орфографии письменных текстов. Другие, к примеру, лингвистические корпуса и программы для работы с ними (конкордансеры) используются менее широко. Корпусом называют набор лингвистических данных (письменных текстов или транскриптов устной речи), который может использоваться в качестве отправной точки для лингвистического описания или средства проверки гипотез о языке [9, с. 224]. С помощью корпуса исследователи могут собирать, наблюдать и анализировать лингвистические данные и выяснять сходства и различия между носителями языка и изучающими второй язык, или же между учащимися, имеющими разные уровни владения языком. Построение и функционирование корпусов изучается в рамках корпусной лингвистики, которая, в свою очередь, является результатом междисциплинарного развития информатики и лингвистики, новым образом мышления, методом более глубокого понимания природы языка.

Однако, как отмечают исследователи в этой области, несмотря на популярность корпусной лингвистики, ее применение в области обучения иностранным языкам остается недостаточно популярным. Так П. В. Сысоев утверждает, что для полноценного использования корпуса при работе и преподавателям, и учащимся необходимо владеть информационной компетенцией на достаточно высоком уровне. В свою очередь, А. Ю. Мордовин критикует исключительность использования корпусных технологий в лингводидактике из-за риска возникновения у учащихся «прагматического дискомфорта» при самостоятельной обработке информации во время работы с корпусом [6, с. 115]. В то же время, такие отечественные лингвисты как Н. Б. Гвишиани, В. П. Захаров, В. А. Плунгян, а также западные методисты Д. Синклер и М. Маккарти активно призывают к использованию корпусной лингводидактики в обучении ввиду его аутентичной природы и богатейшей эмпирической базы [2, с. 35].

В настоящий момент использование корпусных элементов в лингводидактике рассматривается с точки зрения выявления и статистического анализа ошибок учащихся путем использования корпусных технологий, а также с точки зрения использования содержимого корпуса в качестве базы примеров для работы над ошибками. Основоположителем такого корпусного анализа текстов, позволившего по-новому взглянуть на процесс изучения ошибок в контексте лингводидактики, является С. Грейнджер, сотрудник центра по изучению англоязычных корпусов текстов при Лувенском католическом университете (Бельгия). Главное преимущество корпусной основы, по словам Грейнджера, заключалось в том, что она позволяла осуществлять эмпирический анализ примеров реальной коммуникации с использованием автоматических и интерактивных методов [13].

С точки зрения использования корпусных элементов в лингводидактике, особую пользу представляет влияние корпусных ресурсов на процесс коррекции ошибок учащихся при формировании навыков письменной речи. Причина, по которой для исследования был выбран именно этот вид речевой деятельности, заключается в том, что, во-первых, несмотря на обширную классификацию корпусов различных типов (в частности, устных и письменных) последние представлены наиболее полно. Корпус письменных текстов, являясь уникальной базой данных письменных образцов различных жанров, наиболее отвечает нашим исследовательским интересам. Во-вторых, выбор навыка письменной речи для исследования представлен актуальностью проблемы его формирования. Говоря об обучении языку, стоит сказать, что именно формирование навыка письма представляет наибольшую сложность, равно как для носителей языка, так и для тех, кто изучает иностранный язык. Анализ контента онлайн-платформ Elibrary, ResearchGate, Google Scholar показывает, что для

современных ученых проблема формирования навыков иноязычной письменной речи действительно актуальна, что в принципе неудивительно: письмо играет очень важную роль, поскольку является одновременно и средством, и целью обучения языку. Письменная речь неразрывно связана со всеми остальными видами речевой деятельности, стимулирует их, помогает в сохранении лингвистических знаний и развитии мышления. Помимо прочего, именно письменный материал, согласно исследованиям психологов, запоминается в среднем на 25% лучше, чем услышанный или увиденный [5, с. 108].

Однако все чаще наблюдается, что именно письменные навыки развиты у учащихся наиболее слабо. Об этом говорят, например, низкие результаты сдачи ЕГЭ за раздел «Письмо» в сравнении с другими разделами [1, с. 50]. В системе высшего образования также поднимается вопрос о повышении академической грамотности студентов посредством отработки навыков письма [7, с. 187]. В связи с этим многие образовательные учреждения начали вводить в учебные планы дисциплины, направленные на изучение прикладных и практических аспектов формирования компонента академического письма, однако проблема все еще остается актуальной [14, с. 5]. Даже имея богатый словарный запас и обширные знания о грамматике английского языка, учащиеся все равно допускают большое количество языковых ошибок ввиду слабо развитой коммуникативной компетенции, в данном случае – письменной.

Стоит, однако, сказать, что изучение иностранного языка, всегда характеризуется неизбежным появлением ошибок, поэтому, когда мы говорим об исследовании процесса обучения, необходимо сделать на фокус на анализе природы ошибок. Мы полагаем, что при условии выявления основных проблем при изучении языка и моделировании соответствующих корректирующих методов, студенты, несомненно, совершали бы меньше ошибок при письме. По этой причине необходимо обратиться к анализу основных типов языковых ошибок с применением элементов общей теории анализа ошибок (error analysis) и корпусного анализа ошибок (corpus-based error analysis).

Теория анализа ошибок является разделом прикладной лингвистики, направленным на изучение и анализ ошибок, допущенных учащимися в процессе изучения второго и иного иностранного языка. В рамках данной теории основной идеей является не только выяснение уровня владения иностранным языком, но и получение информации о трудностях, которые возникают у учащегося при изучении языка. В дальнейшем эта информация используется для корректировки деятельности преподавателя или модернизации учебных материалов. Анализ ошибок рассматривает освоение языка с точки зрения процесса, требующего активного участия учащихся. Теория была основана на элементах когнитивной психологии, рассматривающей ошибки как «ключ к разгадке того, что происходит в сознании учащихся»

[11]. При таком подходе ошибки рассматриваются как естественное явление, происходящее во время изучения языка до полного усвоения правил. Большая часть работы в данной области приписывается британскому лингвисту С. П. Кордеру, который в 1967 году выдвинул гипотезу, что наилучшее понимание процесса изучения языка возникает в результате глубокого систематического исследования ошибок учащихся путем выявления «их собственной, изначальной заложенной учебной стратегии» (built-in syllabus). Таким образом, последующие десятилетия лингвисты и специалисты в области лингводидактики проводили значительные исследования «естественных аспектов» изучения иностранного языка [11].

Теория анализа ошибок также получила новое развитие на материале лингвистического корпуса, благодаря появлению новых технических возможностей. Для иллюстрации данного процесса нами был выбран учебный корпус, состоящий из работ студентов, изучающих английский язык в качестве второго или иностранного языка. Письменные тексты в составе данного корпуса не подвергаются редактированию, что и подтверждает его ценность для исследования, так как система обнаружения и исправления ошибок наиболее надежна в реальных условиях. Работа проводилась на ресурсах учебного корпуса Cambridge Learner Corpus (CLC), который состоит из эссе, написанных в рамках экзаменов Кембриджского университета по английскому языку для носителей других языков (ESOL). Данный корпус содержит более 30 миллионов слов, взятых из студенческих работ. В число студентов входят представители 130 с разными родными языками. Все ошибки в корпусе подлежат аннотированию с возможностью не более чем одного исправления.

Ошибки, обнаруженные в рамках настоящего исследования, были классифицированы в соответствии с лингвистическим описанием, содержанием и организацией письменных работ. В основу классификации ошибок была положена таксономия Г. Дюлей, М. Бёрта и С. Д. Крэшена [12], в связи с чем, ошибки были классифицированы по трем уровням: лингвистические, дискурсивные и прагматические.

Под лингвистическими ошибками понимаются грамматические ошибки, которые включают в себя морфологические, лексические, синтаксические, а также ошибки в области логико-семантической, грамматической и стилистической соотнесённости и целостности текста [3, с. 116]. Морфологические ошибки в целом связаны с орфографией, неправильным использованием форм множественного числа, опущением окончания –s третьего лица единственного числа и пунктуацией. Лексические ошибки в данном исследовании связаны с неправильным образованием форм слова и коллокационными ошибками. В число синтаксических ошибок входят ошибки в использовании артиклей, предлогов, союзов, вспомогательных глаголов и местоимений, а также ошибки в употреблении времен,

наклонений и залогов. Последней категорией лингвистических ошибок в области целостности текста, являются ошибки в выборе средств когезии и когерентности. К ним относится использование повторов (лексических и частичных), синтаксического параллелизма, перифразы, эллипсисов, слов-связок (linkers) и т.д. Примером лингвистической ошибки может служить следующее предложение с ошибкой в употреблении местоимения: *Perhaps this is the reason why **them** were the first to start the war with France.*

К следующей категории ошибок ученые отнесли дискурсивные ошибки [12]. По сравнению с лингвистическими, которые относительно легко идентифицировать, дискурсивные ошибки являются скрытыми: их нелегко обнаружить, поскольку они обычно отражаются в организации текста. Такие ошибки в основном характеризуются нарушением связности идей и упорядоченности информации. В качестве примера рассмотрим фразу *Then I want to go to Ireland to attend the Dublin summer school **that** I understand English language much better*, в котором две части предложения не связаны по смыслу из-за употребления неправильного союза (в данном случае «that» необходимо заменить на «so that»).

Прагматические ошибки связаны с интерференцией родного языка учащихся в изучаемый (английский) язык. Это означает, что студенты применяют правила родного языка к правилам английского языка, тем самым производя «деформированный» английский, что наблюдается в их письменных работах [8, с. 134]. В пример можно привести предложение из работы испаноязычного студента, употребившего слово «miles» вместо «thousands» (на английский язык испанское «miles» переводится как «тысячи»): ***Miles** of people are now suffering from unemployment around the world.*

Для проведения исследования, каждой ошибке присваивается свой символ, согласно системе кодирования ошибок Дайан Николлс. Так, например, D означает ошибку в словообразовании (wrongly Derived) или CN обозначает ошибку в определении концепта исчисляемости существительного (countability of Noun error) [15]. Каждая ошибка была занесена в Excel, где затем проводился общий статистический анализ.

Таким образом, из общей выборки текстов (568 текста) было найдено 703 ошибки. Наибольшее количество составили лингвистические ошибки – 587. Также было найдено 116 ошибок дискурсивного характера. Прагматические ошибки не анализировались ввиду большого количества родных языков учащихся, чьи работы легли в основу содержимого корпуса. Результаты исследования представлены в таблице 1.

**Количественный анализ ошибок в письменных работах учащихся**

| Тип ошибок           | Лингвистические | Дискурсивные | Прагматические | ИТОГО |
|----------------------|-----------------|--------------|----------------|-------|
| Кол-во ошибок        |                 |              |                |       |
| Численный показатель | 587             | 116          | -              | 703   |
| В % соотношении      | 83,5%           | 16,5%        | -              | 100%  |

Основываясь на типологии ошибок, наиболее часто совершаемых студентами при выполнении письменных работ, и их количественном соотношении, представляется возможным разработать ряд рекомендаций для улучшения компетенций учащихся в рамках формирования навыков иноязычной письменной речи. Эмпирической базой, на которой учащиеся смогут проверить и исправить свои ошибки в данном случае выступает корпус. В качестве иллюстрации, разберем одну из найденных нами ошибок. Так, например, известно, что русскоговорящие учащиеся часто испытывают проблемы в использовании исчисляемых и неисчисляемых существительных. Благодаря корпусным данным нами были найдены две ошибки:

1. *A recent news reveals the global financial crisis is coming soon.*
2. *It is acceptable to have salt in your food ration in a little dosis.*

В первом случае неисчисляемое существительное «news» используется с артиклем, что противоречит правилу употребления артикля только с исчисляемыми существительными (a car, a banana). Поэтому в данном случае можно употребить партитивную конструкцию «a piece of»: *A recent piece of news reveals the global financial crisis is coming soon.* Во втором случае используется неверная конструкция для выражения количества. Согласно правилу, с неисчисляемыми существительными должны использоваться такие слова и выражения «little», «much», «a lot of», «a bit of», «a great deal of», «a small/big amount of» и т.д. Таким образом, целесообразно внести следующие изменения в предложение с ошибкой: *It is acceptable to take small amounts of salt in your food ration.*

Отмечая роль педагога в исправлении ошибок, стоит отметить, что наличие разметки в учебном корпусе с комментариями по исправлению ошибок оказывает неоценимую помощь студентам при самостоятельной учебно-исследовательской деятельности. На сегодняшний день создаются подобные системы, в частности испано-англоязычный проект INTELeNG (Innovación tecnológica para la enseñanza/aprendizaje de las lenguas), представляющий собой базу примеров из учебного корпуса с последовательным пояснением к коррекции ошибок [10, с. 194]. Нужно отметить, что в отличие от нашего исследования, где невозможно проследить природу прагматических ошибок учащихся ввиду разнообразия их

родных языков, в рамках двуязычных систем, таких как INTELeNG, это является реально достижимым. В особенности, такие системы проявляют себя в рамках обучения переводу, где прагматический аспект является одним из главенствующих [4, с. 56]. На основе корпуса можно создавать упражнения по переводу как часть контрастивного подхода, изучающего моменты, в которых грамматики родного и изучаемого языка подвергаются взаимной интерференции, в результате чего происходят различные ошибки. Образец упражнения был выбран из базы INTELeNG на примере английского и испанского языков:

*Переведите данное предложение на английский язык, раскрыв скобки. Используйте паритивные конструкции, где это возможно.*

Example: **Me dió un buen consejo (advice)** - > He gave me some good advice OR He gave me a good piece of advice

1. Tuvimos un tiempo buenísimo en vacaciones el año pasado (weather).
2. Los trabajadores causaron daños en el material y tuvieron que pagarlos (damage, equipment) etc.

Помимо того, что корпус может выступать эмпирической базой примеров ошибок, на основе его данных можно создавать коррекционные упражнения как дедуктивного, так и индуктивного типа. Под дедуктивным типом упражнений подразумеваются те, которые направлены на формирование у учащихся умения устанавливать причинно-следственные связи, переходя от общего понимания лингвистического явления к его частным элементам (например, правилам). При использовании упражнений индуктивного типа учащимся наоборот заранее предлагаются правила и образцы, после изучения и анализа которых они приходят к выводу о том, как функционирует та или иная языковая структура. Примером последнего может выступить упражнение по использованию наречий степени, где учащимся предлагается набор прилагательных с различными усилителями:

*Данные прилагательные, глаголы и причастия часто используются с наречиями «highly», «strongly» и т.д. Основываясь на примерах, попробуйте определить значение, которое приобретает прилагательное/глагол/причастие.*

Closely: related...

Highly: recommended, respected...

Greatly: desired, encouraged...

Strongly: believed, competitive...

В заключение, хотелось бы сказать, что возможности корпусной лингвистики кажутся практически безграничными, и в контексте лингводидактики находят свое отражение как в выявлении и анализе ошибок учащихся, так и в создании корректирующих упражнений на материале корпуса. Стоит признать, что из-за ограниченности используемых корпусных

ресурсов, и, возможно, недостатка опыта в данной сфере деятельности, данное исследование нельзя назвать полным. В будущем планируется проведение более сложного лингвистического анализа ошибок на более обширной эмпирической базе. Однако есть надежда, что анализ распространенных ошибок при письме и перечисленные в данной статье практические рекомендации, окажут некоторую помощь преподавателям, которые задаются вопросом, как бороться с ошибками студентов, а студентам, изучающим иностранный язык, помогут повысить свою общую компетентность в области письменной речи.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вербицкая М. В., Махмурян К. С. Методические рекомендации для учителей, подготовленные на основе анализа типичных ошибок участников ЕГЭ 2019 по иностранным языкам // Педагогические измерения. – Москва, 2019. – №03. – С. 41–69.
2. Горина О. Г. Использование технологий корпусной лингвистики для развития лексических навыков студентов-регионоведов в профессионально-ориентированном общении на английском языке: дис. ... канд. пед. наук. – М., 2014 – 321 с.
3. Ибишова В. Н. Когезия как внутренняя логико-семантическая структура текста // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – Новосибирск, 2015. – № 20. – С. 115–126.
4. Ивлева А. Ю. Особенности языковой подготовки бакалавров, обучающихся по профилю «Перевод и переводоведение» на младшем этапе обучения // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. – Тверь, 2015. – № 32. – С. 54–61.
5. Назарова Г. И. Дидактические и психолого-лингвистические факторы построения системы обучения письменной речи // Вестник Казанского государственного педагогического университета. – Казань, 2003. – № 01. – С. 108–112.
6. Сафонкина О. С., Иргизова К. В. Использование корпусной лингвистики в условиях цифрового образовательного пространства // Нижегородское образование. – Нижний Новгород, 2019. – №02. – С. 112–117.
7. Смирнова Н. В., Щемелева И. Ю. Роль письма в современном университете: анализ зарубежной практики обучения академическому письму // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9 «Филология, востоковедение, журналистика». – СПб., 2015. – №02. – С. 185–197.
8. Тишулин П. Б. Виды языковых ошибок и возможности их исправления при обучении иностранному языку // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – Пенза, 2012. – № 1 (21). – С. 132–137.

9. Aijmer K., Altenberg B. English Corpus Linguistics: Studies in Honor of Jan Swartvik // Crystal D. Stylistic profiling. – New York: Routledge, 2013. – P. 221-239.
10. Campoy-Cubillo M. C., Belles-Fortuno B., Gea-Valor M. L. Corpus-Based Approaches to English Language Teaching // Mendikoetxea A., Bielsa M., Rollinson P. Focus on Errors: Learner Corpora as Pedagogical Tools. – London: Continuum International Publishing Group, 2011. – P. 180-195.
11. Corder S. P. The Significance of Learners' Errors [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.uky.edu/~tmclay/Corder%201967.pdf> (дата обращения 30.09.2020).
12. Dulay H., Burt M., Krashen S. Language Two [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://qdoc.tips/dulay-burt-amp-krashen-1982-languagetwo-pdf-free.html> (дата обращения 30.09.2020).
13. Granger S. Error-Tagged Learner Corpora and CALL: A Promising Synergy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/228602144\\_Error-tagged\\_learner\\_corpora\\_and\\_CALL\\_A\\_promising\\_synergy](https://www.researchgate.net/publication/228602144_Error-tagged_learner_corpora_and_CALL_A_promising_synergy) (дата обращения 30.09.2020).
14. Korovina I.V., Safonkina O. S. Effective writing: tips and practice: учебное пособие. – Саранск: МГУ им. Н. П. Огарёва, 2019. – 108 с.
15. Nicholls D. The Cambridge Learner Corpus: Error Coding and Analysis for Lexicography and ELT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.academia.edu/22736960/The\\_Cambridge\\_Learner\\_Corpus\\_error\\_coding\\_and\\_analysis\\_for\\_lexicography\\_and\\_EL\\_T](https://www.academia.edu/22736960/The_Cambridge_Learner_Corpus_error_coding_and_analysis_for_lexicography_and_EL_T) (дата обращения 30.09.2020).

**МУЛЛИНА А. М.**

**СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОШИБКИ ПРИ НАПИСАНИИ ТЕКСТА  
НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ РУССКОЯЗЫЧНЫМИ УЧАЩИМИСЯ**

**Аннотация.** Статья посвящена комплексному исследованию синтаксических ошибок, совершаемых русскоязычными учащимися при написании текста на английском языке. Особое внимание в работе автор уделяет причинам появления синтаксических ошибок. В этой связи анализируются сходства и различия синтаксических систем русского и английского языков.

**Ключевые слова:** синтаксические ошибки, словосочетание, предложение, синтаксическая связь, синтаксические отношения.

**MULLINA A. M.**

**SYNTACTIC ERRORS OF RUSSIAN-SPEAKING STUDENTS  
WHEN WRITING ENGLISH TEXTS**

**Abstract.** The article is devoted to a comprehensive study of the syntactic errors made by Russian-speaking students when writing texts in the English language. The author draws special attention to the reasons that cause these errors. In this connection the similarities and differences between the syntactic systems of the Russian and English languages are analyzed.

**Keywords:** syntactic errors, phrase, sentence, syntactic connection, syntactic relations.

На современном этапе основной целью обучения иностранным языкам является формирование коммуникативной компетенции. Одним из важнейших показателей ее сформированности у учеников является овладение навыком письменной речи, который подразумевает под собой умение строить развернутое высказывание в контексте коммуникативной задачи, а также комплексно использовать средства, характерные для различных уровней языка. Именно поэтому обучение письму и сопряженные с ним трудности являются предметом интереса для многих лингвистов и методистов.

Одной из сфер, вызывающей большие трудности у русскоязычных учащихся при составлении текстов на английском языке, является синтаксис. Настоящая статья посвящена исследованию причин появления синтаксических ошибок в текстах на английском языке русскоязычных учащихся. Особое внимание в статье уделено сравнению синтаксических систем русского и английского языков, выделению их основных различий и влиянию данных различий на появление синтаксических ошибок.

Одним из ключевых понятий в исследовании данной проблемы является «синтаксис». Синтаксис – «раздел грамматики, изучающий строй связной речи и включающий две

основные части: учение о словосочетании и учение о предложении» [1]. Следовательно, ошибки, связанные с данным разделом, заключаются в нарушении норм построения словосочетаний и предложений, сложившихся в языке.

Для определения причин появления в речи синтаксических ошибок, рассмотрим и сравним способы построения словосочетаний и предложений в русском и английском языках. Аракин В. Д. дает следующее определение словосочетания: «соединение двух или более знаменательных слов, объединенных на основе определенного вида синтаксической связи и выполняющих номинативную функцию» [2]. Выделяется несколько видов синтаксической связи: сочинительная (*co-ordination*), подчинительная (*subordination*) и предикативная (*predication*). Сочинительная связь – это связь, соединяющая два или более компонента словосочетания. В предложении синтаксические функции компонентов в словосочетании с данным видом синтаксической связи совпадают с функцией всего предложения в целом. Подчинительной называется связь, которая соединяет два знаменательных слова, одно из которых имеет ту же синтаксическую функцию, что и все словосочетание, а другое ее не имеет. Предикативная синтаксическая связь – связь, характеризующая собой отношения между подлежащим и сказуемым.

В данной работе мы рассмотрим подчинительную синтаксическую связь. Причиной этому служит то, что типы отношений между компонентами подчинительного словосочетания, а также приемы, передающие эти отношения, различаются в разных языках и, следовательно, могут служить причиной появления ошибок.

Рассмотрим подробнее подчинительные словосочетания в русском и английском языках. Они могут характеризоваться по трем критериям. В их число входят виды синтаксической связи, приемы передачи данной связи, а также способы ее выражения. Данные критерии в своей совокупности определяют тип словосочетания, характерный для того или иного языка. Выделяются следующие виды синтаксических отношений, соединяющие компоненты в подчинительных словосочетаниях:

- атрибутивные отношения – отношения, которые «указывают на предмет и его признак»;
- объектные отношения – отношения, которые «указывают на действие и предмет, на который действие переходит прямо или косвенно или только ориентируется на него»;
- обстоятельственные отношения – отношения, которые «указывают на действие и его признак или на признак признака» [3].

В свою очередь указанные выше отношения, передаются с помощью различных приемов:

- согласование – «соединение слов, при котором одно из соединяемых слов точно воспроизводит, как бы копирует, форму другого слова» (красное яблоко, *this book*) [4];
- примыкание – «вид подчинительной связи, при которой к главному слову присоединяется неизменяемое зависимое слово или форма изменяемого зависимого слова, не обладающая способностью согласования» [5] (*sit silently*, очень горячий);
- управление – «подчинительная связь, при которой от главного слова зависит существительное или местоимение в форме определенного падежа с предлогом или без него» [5] (написать другу, *to influence on him*).

Приемы передачи синтаксических связей оказывают большое влияние на появление ошибок у учащихся, родному языку которых присущи приемы отличные от тех, которые характеризуют изучаемый язык.

Для данной работы также важно такое понятие как способ выражения синтаксической связи, то есть порядок, по которому компоненты словосочетания следуют друг за другом. К данным компонентам относятся основное слово (ядро) и зависимое слово (адьюнкт). Словосочетание, в котором адьюнкт ставится перед ядром, способ выражения синтаксической связи – препозитивный (красивая девушка). В обратном случае, способ выражения связи – постпозитивный (*the people present*). Положение в словосочетании зависимого слова является причиной появления ошибок в работах многих учащихся.

В русском и английском языках преобладают двучлены с атрибутивной и объектной связью. Однако данные виды синтаксической связи передаются в них разными приемами. В атрибутивных словосочетаниях русского языка основным приемом передачи синтаксической связи считается согласование (зеленое яблоко), что в основном связано с развитой системой словоизменения. Также довольно распространено управление (письмо матери). В английском языке данные приемы встречается весьма редко, по причине того, что в языке отсутствует такая категория как грамматический род, а категория падежа слабо развита. По этой же причине для атрибутивных словосочетаний английского языка основным приемом передачи связи является примыкание (*beautiful dress, sugar industry*).

Данное различие в составлении атрибутивных словосочетаний может быть продемонстрировано с помощью примеров, некоторые из которых мы рассмотрим. Во-первых, русским аналогом английского атрибутивно-препозитивного словосочетания именного типа, образованного с помощью примыкания, является словосочетание,

образованное с помощью согласования (*kitchen table* – кухонный стол, *summer morning* – летнее утро, *pink dress* – розовое платье). Во-вторых, русским атрибутивно-постпозитивным словосочетаниям, образованным с помощью управления, в основном соответствуют английские словосочетания, образованные примыканием (крыша из шифера – *a slate roof*). Единственным исключением являются словосочетания, передающие принадлежность лицу. Они образуются также с помощью управления, но при этом адьюнкт может находиться в препозиции, в то время как в русском языке он всегда находится в постпозиции (машина отца – *father's car*).

Рассмотренные нами различия в структуре атрибутивных словосочетания русского и английского языков довольно разнообразны и многочисленны. Их существование приводит к появлению сложностей у русскоязычных учеников при написании письменных работ на английском языке и, как следствие, к возникновению ошибок. Следовательно, ошибки в составлении атрибутивных словосочетаний вызваны в основном межъязыковой интерференцией и должны быть причислены к числу интерлингвальных.

При построении словосочетаний с объектной связью в русском языке используется управление, в основном с использованием постпозитивного способа выражения синтаксической связи (читать книгу). Русским словосочетаниям в данном случае в английском языке соответствуют объектные словосочетания с приемом передачи синтаксической связи примыкание (*to read a book*). «В этом типе словосочетаний синтаксическая связь не получает никакого морфологического оформления и выражается примыканием и твердым порядком расположения членов словосочетания» [3].

Рассмотрим также особенности сочинительных словосочетаний в английском и русском языке. В английском языке выделяются следующие их виды:

1. союзные (синдетические) сочинительные словосочетания (*syndetic co-ordinate phrases*) – словосочетания, члены которых связаны между собой при помощи союзов;
2. бессоюзные (асиндетические) сочинительные словосочетания (*asyndetic co-ordinate phrases*) – словосочетания, члены которых связаны между собой лишь порядком слов и интонационным рисунком предложения [6].

Наиболее распространенным из них является первый тип. Причем в словосочетания с числом входящих в них компонентов, превосходящим два, союз обычно ставится перед каждым из этих компонентов и имеет перед собой запятую. В этом и заключается их отличие от русских сочинительных словосочетаний, компоненты которых, в большинстве своем, соединяются при помощи запятых и только перед последним компонентом ставится союз, причем уже без запятой.

Следующей категорией синтаксиса является предложение. Предложение – это «минимальная единица речи, представляющая собой грамматически организованное соединение слов (или слово), обладающее известной смысловой и интонационной законченностью» [1]. Его структура отличается в разных языках и закрепляется в сознании носителей языка в виде определенных моделей (*patterns*). Следовательно, при построении предложений на иностранном языке человек на подсознательном уровне склоняется к тому, чтобы использовать ту модель, которая для него привычнее. Данная склонность и приводит к ошибкам в письменных работах на неродном для учащегося языке.

Рассмотрим и сравним характерные черты построения предложений в английском и русском языках. Во-первых, данные языки имеют относительно схожие языковые системы. Это связано с тем, что они принадлежат к одной индоевропейской группе языков, и, следовательно, в определенной степени родственны. Близость языковых систем и, в частности, моделей построения предложений раскрывается через принадлежность к языкам номинативного строя, т.е. к языкам «в которых подлежащее имеет форму именительного падежа вне зависимости от переходного/непереходного сказуемого» [7]. В английском и русском языках также совпадает номенклатура членов предложения. Данные характеристики делают изучение английского языка русскоязычными учащимися менее сложным, по сравнению с изучением языков иных языковых групп. В то же время существует значительное количество различий, которые и вызывают трудности.

Существенным расхождением между английским и русским языками является то, что английский язык преимущественно аналитический, в то время как русский язык – преимущественно синтетический, т. е. «большинство грамматических форм в русском языке образуется с помощью суффиксов, а в английском – с помощью служебных слов» [7]. Синтетическая природа русского языка объясняется во многом развитой системой флексий. Принадлежность к данным языковым типам во многом влияет на то, какой порядок слов является для языка характерным. Так, синтетическому русскому языку свойственен относительно свободный словопорядок. Для аналитического английского языка, напротив, свойственен относительно фиксированный порядок слов, при котором «любое перемещение полнозначного слова в предложении влечет за собой изменение его синтаксической функции, а, следовательно, и всего смысла предложения» [4]. Словопорядок в предложении является важной чертой языка и является «камнем преткновения» для многих учащихся, как на начальном уровне изучения языка, так и на последующих. Например, русскоговорящие ученики под воздействием родного синтетического языка склонны к смене порядка слов при создании английского предложения, что зачастую приводит к грубым синтаксическим ошибкам.

Принадлежность русского языка к числу синтетических определяет возможность широкого распространения в нем причастных и деепричастных оборотов. Причастный оборот представляет собой оборот, состоящий из причастия и зависимых от него слов. В русском предложении он выполняет функцию определения и должен согласовываться с определяемым словом в роде, числе и падеже. Отсюда следует, что человек, читающий текст на русском языке, способен понять по форме причастия, к какому именно слову в предложении оно относится. Благодаря этому, возможность появления в тексте какого-либо рода двусмысленности или неясности сводится к минимуму.

В свою очередь, в английском языке причастные обороты выполняют две функции: функцию определения и обстоятельства. Русским причастным оборотам соответствуют английские определительные причастные обороты. Они образуются при помощи двух видов причастий: *Participle I* и *Participle II*. В русском языке они соответствуют причастию действительного и страдательного залога, соответственно. *Participle I* в форме *Indefinite Active* образуется прибавлением окончания *-ing* к инфинитиву глагола. *Participle II* образуется прибавлением окончания *-ed* к инфинитиву правильных глаголов, а формы *Participle II* неправильных глаголов приведены в словарях. Фиксированные формы причастий в английском языке вызывают сложности в определении слов, к которым они относятся. Для устранения неопределенности определительные причастные обороты, как правило, ставятся после определяемого существительного. В этом и заключается основное отличие английских причастных оборотов от причастных оборотов в русском языке, в котором они могут стоять как перед определяемым существительным, так и после него. Также отличительной чертой русского языка является то, что причастный оборот может ставиться не только в непосредственной близости к определяемому слову, но также и на расстоянии от него. В английском же языке подобное расположение причастного оборота невозможно, так как это приводит к разрыву смысловой связи между причастным оборотом и определяемым им словом. Следовательно, существующие различия в положении причастного оборота относительно определяемого существительного могут напрямую повлиять на появление у русскоязычных учащихся ошибок при письме на английском языке.

Рассмотрим также особенности деепричастных оборотов в русском и английском языках. Деепричастный оборот в русском языке представляет собой оборот, состоящий из деепричастия и зависимых от него слов. Деепричастие – это «форма глагола, обладающая, наряду с категориями глагола (вид, залог), признаком наречия (неизменяемость)» [7]. В английском языке русскому деепричастию несовершенного вида соответствует форма *Participle I*, а деепричастному обороту – обстоятельственный причастный оборот. Как в русском, так и в английском языке деепричастие имеет фиксированную форму и относится к

подлежащему. Следовательно, при написании работ на английском языке, как у русскоязычных, так и у англоязычных учащихся в основном возникают одинаковые ошибки, которые связаны с несогласованностью деепричастного оборота с подлежащими. Например, в русском языке: «Находясь в доме матери, ему вспомнилось детство». В английском языке: «While listening to music his dog was near him».

Следующим критерием, по которому различаются английский и русский языки, является составность предложений или наличие в них основных членов. В соответствии с данным критерием выделяется два типа предложений: односоставные (предложения, имеющие только один главный член (подлежащее либо сказуемое)) и двусоставные (предложения, имеющие два главных члена (подлежащее и сказуемое). Как для русского, так и для английского языка свойственно преобладание в речи двусоставных предложений. Однако если мы говорим о русском языке, то односоставные предложения, хотя и используются реже, но все же имеют довольно широкое распространение. В то время как для английского языка односоставность предложений в основном не характерна. Более того, для него свойственно обязательное наличие подлежащего в предложении. Следовательно, зачастую русским односоставным предложения соответствуют двусоставные английские. Данное различие приводит к появлению различного рода интерлингвальных синтаксических ошибок. Одной из которых является опущение формального подлежащего, которое может быть представлено следующими словами: «*it*», «*there*» «*one*».

Русский и английский языки также различаются по способу выражения отрицания. Так, русский язык является полинегативным, а значит, имеет «минимум два показателя отрицания в предложении с обобщающим отрицанием» [8]. Английский язык, напротив, относится к числу мононегативных, т. е. имеющих всего один показатель отрицания. Данное различие приводит тому, что носители русского языка зачастую составляют отрицательные предложения на английском языке по образу и подобию родного, т. е. используя при этом несколько видов отрицаний.

Обобщая вышесказанное, мы можем выделить основные различия между синтаксическими системами английского и русского языков. Во-первых, английский язык принадлежит к числу аналитических, в то время как русский язык к числу синтетических. Данное различие приводит к следующим отличиям, существующим между русским и английским языками.

- В английском и русском языках различаются основные приемы передачи синтаксической связи в атрибутивных и объектных словосочетаниях.
- Предложениям данных языков свойственен разный словоупотребление.

- Данным языкам присуще разное положение в предложении причастного оборота.

Во-вторых, различается оформление на письме русских и английских сочинительных словосочетаний.

В-третьих, русский и английский языки различаются по составности предложений.

В-четвертых, русский язык принадлежит к числу полинегативных, в то время как английский язык является монологичным.

Таким образом, на появление синтаксических ошибок в текстах на английском языке, составленных русскоязычными учащимися, во многом влияют рассмотренные выше различия в синтаксических системах русского и английского языков. Следовательно, понимание данных различий поможет преподавателю научить студентов не совершать подобного вида ошибки, а значит, сделает обучение письму более эффективным.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Аракин В. Д. Типология языков и проблема методического прогнозирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.booksite.ru/fulltext/arakin1/text.pdf>. (дата обращения 05.10.2020)
3. Чеснокова Л. Д. Связи слов в современном русском языке. – М.: 1980. – 192 с.
4. Смирницкий А. И. Синтаксис английского языка. – М.: Литературы на иностранных языках, 1957. – 284 с.
5. Синтаксис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekislova.ru/wp-content/uploads/2017/09/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BF%D0%BE%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%83.pdf>. (дата обращения 05.10.2020)
6. Бархударов Л. С. Структура простого предложения современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1966. – 156 с.
7. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.textologia.ru/slovari/lingvisticheskie-terminy/?q=484> (дата обращения 05.10.2020).
8. Файрузова А. Р. Структурные разновидности моно- и полинегативных предложений (типологический аспект): дис. ... канд. филол. наук. – М., – 2015. – 245 с.