

## ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

<https://doi.org/10.24866/2949-2580>  
ISSN 2949-2580

**Научный журнал**

*Основан в 2023 году  
Выходит 4 раза в год*

*Учредитель и издатель:*



690922,  
г. Владивосток,  
о. Русский,  
п. Аякс, 10

*Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор),  
свидетельство Эл № ФС77-85316 от 15 мая 2023 г.*

### Главный редактор

**МОДИНА Галина Ивановна**, доктор филол. наук, профессор кафедры романо-германской филологии Дальневосточного федерального университета (Владивосток)

### Заместитель главного редактора

**НИКОЛАЕВА Ольга Васильевна**, доктор филол. наук, заведующая кафедрой романо-германской филологии, профессор кафедры романо-германской филологии Дальневосточного федерального университета (Владивосток)

### Ответственный секретарь

**ПИВОВАРОВА Екатерина Владимировна**, канд. филол. наук,  
доцент кафедры романо-германской филологии  
Дальневосточного федерального университета (Владивосток)



*Адрес редакции:*

690922, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10, кампус ДВФУ

*Размещено на сайте 25.05.2023*

## FAR EASTERN PHILOLOGICAL JOURNAL

<https://doi.org/10.24866/2949-2580>  
ISSN 2949-2580

**Science Journal**

*Founder and Publisher:*

*Founded in 2023*  
*Published 4 times a year*



10 Ajax Bay,  
Russky Island,  
Vladivostok,  
690922, Russia

*The journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications,  
Information Technology and Mass Media (Roskomnadzor),  
certificate Эл № ФС77-85316 dated 15.05.2023*

---

### Chief Editor

**Galina I. MODINA**, Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of Romano-Germanic Philology, Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)

### Deputy Chief Editor

**Olga V. NIKOLAEVA**, Doctor of Philological Sciences, Head of the Department of Romano-Germanic Philology, Professor of the Department of Romano-Germanic Philology, Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)

### Executive Secretary

**Ekaterina V. PIVOVAROVA**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Romano-Germanic Philology, Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)



*Editorial address:*

FEFU Campus, 10 Ajax Bay, Russky Island, Vladivostok, 690922, Russia

*Published on 25.05.2023*

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

<b>БОНДАРЕВА</b> Екатерина Викторовна	канд. филол. наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>БРЕСЛАВЕЦ</b> Татьяна Иосифовна	канд. филол. наук, профессор кафедры японоведения Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>ГАЙНУТДИНОВА</b> Дарья Александровна	магистр, ст. преподаватель кафедры романо-германской филологии Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>ГРИГОРЬЕВА</b> Юлия Сергеевна	канд. филол. наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>ЗАВЬЯЛОВА</b> Виктория Львовна	доктор филол. наук, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>КЕЙДУН</b> Ирина Борисовна	доктор филол. наук, профессор кафедры китаеведения Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>КИСЕЛЕВА</b> Мария Сергеевна	канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка и литературы Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>КОРНИЛОВА</b> Людмила Евгеньевна	канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>КОХАН</b> Ирина Николаевна	канд. филол. наук, доцент Академического департамента английского языка Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>МИХЕЕВА</b> Ирина Владимировна	канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>МОРЕВА</b> Надежда Семеновна	канд. филол. наук, профессор кафедры романо-германской филологии Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>ПЕРВУШИНА</b> Елена Александровна	доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка как иностранного Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>СБОЕВ</b> Александр Николаевич	канд. филол. наук, доцент кафедры китаеведения Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>СТАРОДУМОВА</b> Елена Алексеевна	доктор филол. наук, профессор кафедры русского языка и литературы Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>ХУЗИЯТОВА</b> Надежда Константиновна	канд. филол. наук, профессор кафедры китаеведения Дальневосточного федерального университета (Владивосток)
<b>ШЕРЕМЕТЬЕВА</b> Елена Сергеевна	доктор филол. наук, профессор кафедры русского языка и литературы Дальневосточного федерального университета (Владивосток)

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

<b>АЙ</b> Хуэйжун	канд. филол. наук, доцент, Цзянсуский научно-технический университет (Чжэньцзян, Китай)
<b>АВТУХОВИЧ</b> Татьяна Евгеньевна	доктор филол. наук, профессор кафедры русской филологии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы (Гродно, Беларусь)
<b>АЛЕКСАНДРОВА-ОСОКИНА</b> Ольга Николаевна	доктор филол. наук, профессор кафедры литературы и журналистики педагогического института Тихоокеанского государственного университета (Хабаровск, Россия)
<b>АНДРОСОВА</b> Светлана Викторовна	доктор филол. наук, профессор кафедры иностранных языков Амурского государственного университета (Благовещенск, Россия)
<b>ВОЙТИШЕК</b> Елена Эдмундовна	доктор ист. наук, профессор кафедры востоковедения Новосибирского государственного университета (Новосибирск, Россия)
<b>ИНЬКОВА</b> Ольга Юрьевна	доктор филол. наук, доцент кафедры русского языка и литературы Женевского университета (Женева, Швейцария).
<b>КИРЕЕВА</b> Наталья Владимировна	доктор филол. наук, профессор кафедры русского языка и литературы Благовещенского государственного педагогического университета (Благовещенск, Россия)
<b>КРАЮШКИНА</b> Татьяна Владимировна	доктор филол. наук, заведующая центром истории культуры и межкультурных коммуникаций Института истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН (Владивосток, Россия)
<b>ЛЮ</b> Чжицян	канд. филол. наук, доцент Цзянсуский научно-технический университет (Чжэньцзян, Китай)
<b>ПИНКОВСКИЙ</b> Виталий Иванович	доктор филол. наук, доцент кафедры литературы Северо-восточного государственного университета (Магадан, Россия)
<b>САЙ</b> На	канд. филол. наук, доцент, Цзянсуский научно-технический университет (Чжэньцзян, Китай)
<b>СТОРОЖУК</b> Александр Георгиевич	доктор филол. наук, профессор кафедры китайской филологии Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Россия)
<b>УРМАНОВ</b> Александр Васильевич	доктор филол. наук, профессор кафедры русского языка и литературы Благовещенского государственного педагогического университета (Благовещенск, Россия)
<b>ХАЧАТРЯН</b> Наталья Михайловна	доктор филол. наук, профессор кафедры мировой литературы и культуры Ереванского государственного университета им. В. Брюсова (Ереван, Армения)
<b>ШАПОВАЛОВА</b> Татьяна Егоровна	доктор филол. наук профессор, заведующая кафедрой современного русского языка имени профессора П. А. Леканта Московского государственного областного университета (Москва, Россия)

## EDITORIAL TEAM

<b>Ekaterina V. BONDAREVA</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Linguistics and Intercultural Communication, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Tatyana I. BRESLAVETS</b>	Candidate of Philological Sciences, Professor, Department of Japanese Studies, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Daria A. GAINUTDINOVA</b>	Master, Senior Lecturer at the Department of Romano-Germanic Philology, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Yuliya S. GRIGORYEVA</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Linguistics and Intercultural Communication, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Irina B. KEIDUN</b>	Doctor of Philosophical Sciences, Professor of the Department of Sinology, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Nadezhda K. KHUZIYATOVA</b>	Candidate of Philological Sciences, Professor of the Department of Sinology, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Maria S. KISELEVA</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Russian Language and Literature, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Irina N. KOKHAN</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Academic Department of English Language, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Lyudmila E. KORNILOVA</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Romano-Germanic Philology, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Nadezhda S. MOREVA</b>	Candidate of Philological Sciences, Professor, Department of Romano-Germanic Philology, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Irina V. MIKHEEVA</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Romano-Germanic Philology, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Elena A. PERVUSHINA</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Russian as a Foreign Language, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Alexander N. SBOEV</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Sinology, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Elena S. SHEREMETYEVA</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Russian Language and Literature, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Elena A. STARODUMOVA</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Russian Language and Literature, Far Eastern Federal University (Vladivostok)
<b>Victoria L. ZAVYALOVA</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Linguistics and Intercultural Communication, Far Eastern Federal University (Vladivostok)

## INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD

<b>Huirong AI</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Jiangsu University of Science and Technology (Zhenjiang, China)
<b>Olga N. ALEXandroVA-OSOKINA</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Literature and Journalism, Pedagogical Institute, Pacific State University (Khabarovsk, Russia)
<b>Svetlana V. ANDROSOVA</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Foreign Languages, Amur State University (Blagoveshchensk, Russia)
<b>Tatyana E. AUTUKHOVICH</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Russian Philology, Yanka Kupala State University of Grodno (Grodno, Belarus)
<b>Olga Y. INKOVA</b>	Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Russian Language and Literature, University of Geneva (Geneva, Switzerland)
<b>Natalia M. KHACHATRYAN</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of World Literature and Culture, Yerevan State University named after V. Bryusova (Yerevan, Armenia)
<b>Natalia V. KIREEVA</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Russian Language and Literature, Blagoveshchensk State Pedagogical University (Blagoveshchensk, Russia)
<b>Tatyana V. KRAYUSHKINA</b>	Doctor of Philological Sciences, Head of the Center for History of Culture and Intercultural Communication of the Institute of History, Archeology and Ethnography of the Peoples of the Far East, Far Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences (Vladivostok, Russia)
<b>Zhiqiang LIU</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Jiangsu University of Science and Technology (Zhenjiang, China)
<b>Vitaliy I. PINKOVSKY</b>	Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Literature, North-Eastern State University (Magadan, Russia)
<b>Na SAI</b>	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Jiangsu University of Science and Technology (Zhenjiang, China)
<b>Tatyana E. SHAPOVALOVA</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Head of the Department of Modern Russian Language named after Professor P.A. Lekant, Moscow State Regional University (Moscow, Russia)
<b>Alexander G. STOROZHUK</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Chinese Philology, St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russia)
<b>Alexander V. URMANOV</b>	Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Russian Language and Literature, Blagoveshchensk State Pedagogical University (Blagoveshchensk, Russia)
<b>Elena E. VOITISHEK</b>	Doctor of Historical Sciences, Professor, Department of Oriental Studies, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russia)

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЛИНГВИСТИКА

<i>Воробьева Н. А., Паленко А. А.</i> ЯПОНСКИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТЫ В КОНТЕКСТЕ КОДОВ ЯПОНСКОЙ КУЛЬТУРЫ . . . . .	9
<i>Цурикова И. В.</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ НА ЦЕНТРАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ КИТАЯ (ССТV) . . . . .	18
<i>Ялунь Ци.</i> КИТАЙСКАЯ ПИСЬМЕННОСТЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МОТИВИРОВАННОСТЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ . . . . .	26
<i>Бондарева Е. В., Рашитова И. А.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПОБУЖДЕНИЯ В ТЕКСТАХ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ РОССИИ И ИСПАНИИ . . . . .	34
<i>Запорожская Н. М.</i> ОСОБЕННОСТИ ФОНЕТИЧЕСКОЙ ВАРИАТИВНОСТИ В УСЛОВИЯХ АНГЛО-КОРЕЙСКОГО БИЛИНГВИЗМА . . . . .	43
<i>Кохан И. Н.</i> ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КИТАЙСКИХ ПОСЛОВИЦ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ КИТАЯ . . . . .	49
<i>Неупокоева А. В.</i> СЦЕНИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ (НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ ЯЗЫКОВОГО КУРСА ДЛЯ ДЕТЕЙ «ТЕАТР НА НЕМЕЦКОМ») . . . . .	56
<i>Титова О. К., Ерёмченко А. В., Ерёмченко И. О.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ МЫШЛЕНИЯ ВЫСОКОГО УРОВНЯ ПРИ ЧТЕНИИ АУТЕНТИЧНЫХ ТЕКСТОВ . . . . .	61

### ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ. ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ В МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМ КОНТЕКСТЕ

<i>Талалова Л. Н., Крылова Н. Ф.</i> «БОВАРИЗМ» КАК ОНЕЙРОСФЕРА В ФИЛЬМЕ “GEMMA BOVERY” . . . . .	68
<i>Ли П. В.</i> СОНЕТ С. МАЛЛАРМЕ «ЛЕБЕДЬ» В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ ПРОЧТЕНИИ В. Я. БРЮСОВА . . . . .	76
<i>Тихоненко В. А.</i> НРАВСТВЕННАЯ ДИХОТОМИЯ В ХАРАКТЕРОЛОГИИ РОМАНА ЧОН ЮЧЖОН «СЕМИЛЕТНЯЯ НОЧЬ» . . . . .	85

### ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА. ПЕРЕВОД ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

<i>Луговской А. В., Митякин В. А.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО КОНФЛИКТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ РОМАНА Х. ХОССЕЙНИ “THE KITE RUNNER” НА РУССКИЙ ЯЗЫК . . . . .	92
<i>Ладуренко А. Д.</i> РОЛЬ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПЕРЕВОДЧИКА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ НА ПРИМЕРЕ ЦИКЛА КНИГ ДЖ. К. РОУЛИНГ «ГАРРИ ПОТТЕР» . . . . .	99

### ПЕРВЫЕ НАУЧНЫЕ ОПЫТЫ

<i>Филина П. Ю.</i> ЭТНОСТЕРЕОТИПНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КАК ПРИЧИНА ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ . . . . .	109
---	-----

## CONTENTS

### LINGUISTICS

<i>Vorobeva Natalya A., Palenko Angelina A.</i> JAPANESE INTERNET TEXTS IN THE CONTEXT OF JAPANESE CULTURE CODES .....	9
<i>Tsurikova Irina V.</i> LEXICAL PECULIARITIES IN CHINA CENTRAL TELEVISION (CCTV) ADVERTISING TEXTS .....	18
<i>Yalun Tsi.</i> CHINESE WRITING AND ITS INFLUENCE ON THE LINGUISTIC TERM MOTIVATION .....	26
<i>Bondareva Ekaterina V., Rashitova Inara A.</i> INCENTIVE STRATEGY REALIZATION IN TOURISTIC WEBSITES OF RUSSIA AND SPAIN .....	34
<i>Zaporozhskaya Nellie M.</i> PECULIARITIES OF PHONETIC VARIATION IN ENGLISH-KOREAN BILINGUALISM .....	43
<i>Kokhan Irina N.</i> PRAGMATIC POTENTIAL OF THE CHINESE PROVERBS IN CHINESE MEDIA PUBLISHED IN ENGLISH .....	49
<i>Neupokoeva Anastasia V.</i> STAGE INTERPRETATION IN THE FOREIGN LANGUAGE TEACHING (BASED ON THE EXAMPLE OF THE LANGUAGE COURSE FOR CHILDREN “THEATRE IN GERMAN”) .....	56
<i>Titova Olga K., Eremenko Aleksandra V., Eremenko Irina O.</i> HIGHER-ORDER THINKING STRATEGY IMPLEMENTATION WHILE READING AUTHENTIC TEXTS .....	61

### LITERARY STUDIES. ARTISTIC TEXT IN THE INTERDISCIPLINARY CONTEXT

<i>Talalova Larissa N., Krylova Natalya F.</i> “BOVARIARISM” AS THE ONIRIC SPHERE IN “GEMMA BOVERY” SCRIPT .....	68
<i>Li Polina V.</i> THE SONNET «THE SWAN» BY S. MALLARMÉ IN V. Y. BRYUSOV’S TRANSLATIONAL READING .....	76
<i>Tikhonenko Valentina A.</i> MORAL DICHOTOMY IN THE CHARACTEROLOGY OF THE NOVEL BY JEONG YOU-JEONG “SEVEN YEARS OF DARKNESS” .....	85

### PROBLEMS OF TRANSLATION. TRANSLATIONS AND COMMENTARY

<i>Lugovskoy Alexander V., Mitiakin Vladimir A.</i> THE TRANSFER OF LITERARY CONFLICT IN THE RUSSIAN TRANSLATION OF KHALED HOSSEINI’S “THE KITE RUNNER” .....	92
<i>Ladurenko Anastasia D.</i> THE ROLE OF TRANSLATOR'S LINGUISTIC IDENTITY IN THE TRANSLATION OF A LITERARY TEXT ON THE EXAMPLE OF THE HARRY POTTER BOOK SERIES BY J.K. ROWLING .....	99

### FIRST SCIENTIFIC EXPERIENCES

<i>Filina Polina Yu.</i> ETHNOSTEREOTYPIC COMPONENT AS A REASON FOR PHRASEMES ORIGIN IN ENGLISH. ....	109
--	-----

Научная статья

УДК 811.521

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/9-17>

## ЯПОНСКИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТЫ В КОНТЕКСТЕ КОДОВ ЯПОНСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Наталья Александровна Воробьева<sup>1</sup>, Ангелина Андреевна Паленко<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

<sup>1</sup>Кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой японоведения, vorobeva.na@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6979-0923>

<sup>2</sup>Старший преподаватель кафедры японоведения, palenko.aa@dvfu.ru

**Аннотация.** В статье проведен анализ особенностей развития японских интернет-текстов. Было определено, что японские интернет-тексты являются важным инструментом распространения и сохранения культурного кода Японии. Претерпевая ряд изменений в ходе исторической эволюции, японские интернет-тексты демонстрируют наличие фундаментальных характеристик, которые свидетельствуют о их важной функции в процессе передачи социокультурных ценностей от поколения к поколению. На выбор средств кодирования информации влияют как особенности письменности, так и этнокультурная специфика страны. В Японии используют смешанное иероглифическо-фонетическое письмо, что во многом оказывает влияние на средства подачи иероглифической информации на страницах японских веб-сайтов (визуальная, пространственная специфика и др.). Выявлено, что немаловажным аспектом письменного японского языка является его лексическая инновативность, которая способствует чрезвычайной популярности в Японии «графической игры слов». Сами иероглифы несут в себе креативный потенциал, а выбор иероглифа с одинаковым чтением и базовым значением, но разными оттенками смысла в зависимости от начертания, может существенно изменить восприятие текста и создать новые ассоциативно-смысловые связи. Проведенный анализ вопросов специфики японских интернет-текстов показал, что на них оказывают влияние факторы культурного характера (языковые, лингвокультурологические особенности) и факторы практического характера (специфика развития интернет-индустрии: мобильной и компьютерной).

**Ключевые слова:** интернет-тексты, культурный код, коды японской культуры, Япония, лексическая инновативность, японская письменность.

**Для цитирования:** Воробьева Н. А., Паленко А. А. Японские интернет-тексты в контексте кодов японской культуры // Дальневосточный филологический журнал. 2023. № 2. С. 9–17. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/9-17>.

Original article

## JAPANESE INTERNET TEXTS IN THE CONTEXT OF JAPANESE CULTURE CODES

Natalya A. Vorobeva<sup>1</sup>, Angelina A. Palenko<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Far Eastern federal University, Vladivostok, Russia

<sup>1</sup>Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Japanese Studies Department, vorobeva.na@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6979-0923>

<sup>2</sup>Senior Lecturer, Department of Japanese Studies, palenko.aa@dvfu.ru

**Abstract.** The article analyzes the features of the Japanese Internet texts development of. It was determined that Japanese Internet texts are an important tool for disseminating and preserving the cultural code of Japan. Undergoing a number of changes in the course of historical evolution Japanese Internet texts demonstrate the presence of fundamental characteristics that indicate their important function in the process of transferring sociocultural values from generation to generation. The choice of encoding information means is influenced by both the features of writing and the ethno-cultural specifics of the country. Mixed hieroglyphic-phonetic writing is used in Japan, which affects the means of presenting hieroglyphic information on the pages of Japanese websites (visual, spatial specificity, etc.). It was revealed that an important aspect of the written Japanese language is its lexical innovation. It contributes to the extreme popularity of the "graphic pun" in Japan. The hieroglyphs themselves carry a creative potential, and the choice of a hieroglyph with the same reading and basic meaning, but different shades of meaning depending on the style, can significantly change the perception of the text and create new associative and semantic connections. The analysis of the Japanese Internet texts specifics showed that they are influenced by cultural factors (linguistic, linguocultural features) and practical factors (the specifics of the mobile and computer Internet industry development).

**Key words:** Internet texts, cultural code, Japanese cultural codes, Japan, lexical innovation, Japanese writing.

**For citation:** Vorobeva N. A., Palenko A. A. Japanese Internet Texts in the Context of Japanese Culture Codes // Far Eastern Philological Journal 2023. V. 1, № 2. P. 9–17. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/9-17>.

Развитие новых технологий влияет на традиционные способы передачи информации. Синтез традиционных и новых средств передачи информации размывает границы между ними и превращает их в единое информационное поле. В связи с этим мировые научные исследования стали уделять больше внимания изучению интернет-текстов.

Под **интернет-текстами** понимаются такие тексты, которые были специально созданы для размещения в Интернете и восприятия с экрана электронного устройства. Носители информации могут быть как традиционными, т. е. существующие самостоятельно в физическом формате (печатные материалы, рисунки, фотографии, видео или аудио записи), так и виртуальными, сочетающие в себе качества традиционных носителей с возможностью просмотра в интернете. Интернет-тексты можно рассматривать как проводники культурных кодов разных стран.

«Культурный код» выступает в качестве сущности любой культурной системы как единого целого, обуславливающего некоторое ядро, основание, определяющее ее характерные черты и траектории развития. Это совокупность знаков, смыслов, которые зашифрованы в материальной и духовной деятельности человека, объектах природы [4, с. 56].

Анализируя мировой опыт становления письменных источников в сети Интернет, следует обратить внимание на существенный практический опыт азиатских стран в вопросах развития текстовых материалов. Так как именно страны Востока, имеющие иероглифическую письменность, как никакие другие страны сумели выработать действенные механизмы сохранения и передачи кодов восточной культуры через создание и распространение современных материалов в интернет-сети.

Изучая развитие японских интернет-текстов, следует упомянуть о важности именно **коммуникативного вида культурного кода**, в рамках которого рассматриваются этнокультурные особенности стиля японской коммуникации, влияние Интернета как способа глобальной коммуникации на трансформацию социокультурных процессов в обществе.

Японские интернет-тексты являются важным инструментом распространения и сохранения культурного кода Японии. Претерпевая ряд изменений в ходе исторической эволюции, японские интернет-тексты демонстрируют наличие фундаментальных характеристик, которые свидетельствуют об их важной функции в процессе передачи социокультурных ценностей от поколения к поколению.

Следует отметить, что в японской практике широко представлено всё многообразие различных инструментов для работы с информацией. Япония – это страна с одним из самых высоких уровней доступа к интернету в мире (в 2020 году более 90% населения пользовались интернетом [10]). В связи с этим все большую актуальность приобретают исследования феномена интернет-текстов в японском цифровом пространстве.

Япония является признанным авторитетным лидером в различных креативных отраслях: графический дизайн, архитектура, дизайн интерьеров, продуктов, мебели, производство предметов народных промыслов, одежды и т. д. Неотъемлемыми признаками японского подхода к дизайну считаются минимализм, изысканность, функциональность, упор на использование современных технологий и т. п. Опираясь на различные теоретические исследования, важно упомянуть, что с исторической японской культурой и ценностями неразрывно связана концепция эмоционально-интуитивной практики японского дизайна (т. н. «*кансэй*») [6].

Однако, когда речь заходит о японском интернете, нередко неподготовленного зрителя может ожидать в какой-то мере культурный шок. Японские веб-сайты часто демонстрируют визуально-громкие баннеры, плотный текст, разбитый на несколько колонок, множество крошечных изображений и в целом имеют загроможденный вид, что сильно отличается от чистой эстетики западного веб-дизайна или от тех эстетических принципов, с которыми принято ассоциировать сам японский дизайн. В основе именно такой подачи информации лежит несколько факторов, которые можно в целом разделить на две основные группы: факторы культурного и практического характера.

Отметим, что на выбор средств кодирования информации влияют как особенности письменности, так и этнокультурная специфика страны. В Японии используют смешанное иероглифическо-фонетическое письмо. Оно состоит из китайских иероглифов и двух японских азбук (хираганы и катаканы), знаки которых передают только звучание независимо от смысла. Редкой особенностью японского письма является использование двух алфавитов,

которые существуют в языке одновременно [1, с. 31]). Помимо этого, практически любой японский текст может содержать вкрапления латиницы и идеограммы типа арабских цифр. Такая сложная система имеет свое историческое объяснение. Япония была бесписьменной страной, поэтому после установления дипломатических отношений с соседним Китаем, постепенно были заимствованы китайские иероглифы. Этот процесс завершился примерно к VIII в. Однако чисто иероглифическое письмо неудобно для японского языка, который, в отличие от китайского, обладает богатой системой грамматических показателей (аффиксов и служебных слов). Поэтому уже в том же VIII в. начинают появляться различные системы фонетического письма. В средние века для записи текстов использовались разные подходы: от чистой иероглифики до чистой азбуки. Однако с XIX в. смешанное письмо стало практически единственным способом передачи информации [9].

Постепенно сложилось распределение функций между иероглифами и азбуками хираганы и катаканы. В соответствии с ним корни слов пишутся иероглифами, окончания слов и служебные слова – хираганой, новые заимствования (т. н. «*гайрайго*») из иностранных языков – катаканой. Также катакана стала играть роль курсива для привлечения внимания к тому или иному слову. Кроме того, в японском языке отсутствует пробел, поэтому вопрос о способах визуальной акцентуации в японском тексте не теряет актуальности.

Еще одной особенностью японского письменного текста является то, что все знаки (как иероглифы, так и обе азбуки) могут располагаться и горизонтально, и вертикально. Более того, вертикальное расположение как арабских цифр, так и латиницы («*ромадзи*») тоже является достаточно распространенной практикой. В японском тексте нет строгого правила о том, в какую сторону должен быть ориентирован текст, написанный латиницей. Самое главное – удобство чтения [15]. В этом заключается существенное отличие от письменного текста, в котором из соображения удобства начертания текст на латинице записывается вертикально (в столбик).

Фундаментальной особенностью японского текста является и то, что разница между устным и письменным японским текстом намного больше, чем, например, в русском или каком-нибудь западноевропейском языке. В языках с алфавитным письмом чаще всего устные и письменные стили разграничены сравнительно мало: т. е. письменный текст при прочтении вслух обычно сохраняет свою структуру. По выражению лингвиста В. М. Алпатова, японская письменность зачастую воспринимается как «тень звука», средство фиксации звуковой речи [1, с. 41]).

Особенность зрительного восприятия иероглифов заключается в том, что читатель-носитель японского языка воспринимает текст не побуквенно, а избирательно – в первую очередь внимание обращается на наиболее важные иероглифы [13]. Особенно это заметно в текстах, которые должны восприниматься по возможности сразу, с одного взгляда (тексты рекламного содержания, заголовки).

Исследователи отмечают, что иностранцы, владеющие японским языком, интуитивно склонны использовать привычную стратегию чтения, т. е. взглядом выбирать из текста слова, написанные азбуками (хираганой или катаканой), что неэффективно, потому что такие слова чаще всего малоинформативны.

Более того, японский письменный текст не всегда предназначен для чтения вслух. Не всегда бывает понятно, как именно читать ту или иную комбинацию иероглифов. Например, словосочетание «выпускник университета Кэйо» в письменном тексте и устной речи будет достаточно сильно отличаться. В тексте, когда есть возможность увидеть, какими иероглифами записана информация, достаточно компактного 慶大卒 («*кэйдайсоу*»). Однако

воспринять на слух такое слово сложно, поэтому предпочтительнее использовать развернутый вариант – 慶応大学を卒業しました («кэйю: дайгаку о соугё: симасита») [1, с. 43].

Таким образом, письменные японские тексты чаще всего построены по принципу графического выделения наиболее важных в смысловом отношении групп иероглифов. Также система языка дает возможность пропускать слова, которые потом легко могут быть восстановлены из контекста. Это позволяет японским текстам не только быть очень компактными по отношению к занимаемому им физическому пространству, но и транслировать своеобразную смысловую энергичность. Японец С. В. Чугров сравнивал визуально воспринимаемый иероглифический текст со «сжатой пружиной» [1, с. 44].

Немаловажным аспектом письменного японского языка является его **лексическая инновативность**, которая способствует чрезвычайной популярности в Японии так называемой «графической игры слов». При помощи исконных и заимствованных слов автор текста способен креативно подойти к коммуникационной ситуации и создать параллельные смыслы, вводя в текст игровой элемент.

Например, 15 января имеет неофициальное название «Дня клубники», так как, во-первых, созвучен слову «клубника» («*ичиго*»), во-вторых, январь – это начало сезона сбора тепловой клубники в Японии.

Сами иероглифы несут в себе креативный потенциал: выбор иероглифа с одинаковым чтением и базовым значением, но разными оттенками смысла в зависимости от начертания, может существенно изменить восприятие текста и создать новые ассоциативно-смысловые связи.

Например, глагол «слышать» («*кику*») может записываться по-разному: 聞< (слышать/спрашивать)、聴< (спрашивать)、訊< (спрашивать).

Последний иероглиф 訊< (*кику*) не входит в список 常用漢字 («Кандзи для повседневного употребления»), который был введен в 1981 г. для изучения в средней школе [9]. Сознательное использование именно этого иероглифа, помимо смысловой нагрузки, должно подчеркнуть элегантность текста и высокий уровень образования как его автора, так и читателей.

Обратной стороной феномена восприятия письменного японского текста является то, что во многих случаях письменный текст не может быть преобразован в устный без потери информации, смысловых акцентов, какого-либо эмоционального заряда или ощущения визуальной изысканности.

**Визуальная специфика.** Помимо специфики самого языка, на его визуальное представление оказывают влияние такие параметры, как история, традиции и даже возраст аудитории.

Исторический и культурный контекст загроможденного текста можно проследить в так называемых *тираси* (листочки, рекламирующие любые услуги и товары). В настоящее время существуют также и онлайн-*тираси*. Однако, несмотря на технические возможности виртуального пространства, *тираси* в своей массе по-прежнему сохраняют традиционный вид листочки, плотно насыщенной информацией.

Прообраз *тираси* можно увидеть в так называемых «каварабан» – это печатная продукция, которая появилась в Японии в начале XVII в. Исследователи видят в каварабан прообраз современных газет. Каварабан представлял собой лист бумаги, покрытый текстом и иллюстрациями. Выпуски не были регулярными и обычно посвящались какому-нибудь конкретному событию (стихийным бедствиям, преступлениям и т. п.) [3, с. 9].

Западные веб-сайты стараются использовать большие изображения с высоким разрешением, которые улучшают эстетику. В то же время исследования говорят о том, что в среднем 60% пользователей покидают сайт, если время загрузки превысит 4 секунды [11]. Быстрой загрузки страниц можно добиться за счет оптимизации размеров текста и изображений. Это является одной из причин того, что на японских веб-сайтах можно часто увидеть маленькие изображения с низким разрешением.

Информация должна быть доступна без прокрутки или прохождения ряда шагов и кликанья, что ведет к большей нагруженности, плотности, уменьшению шрифта или картинок. Если же нужная информация недоступна (или труднодоступна), японцы, скорее, с подозрением относятся к такому источнику информации.

Глаз японского потребителя, молодой или старый, хорошо обучен сканировать огромное количество визуальной информации, чтобы найти то, что ему нужно. На самом деле, такой способ подачи информации предпочтителен, потому что привычен.

Согласно культурологической теории социолога Герта Хофстеде, для японской культурной традиции характерен чрезвычайно высокий уровень избегания неопределенности [5, с. 186]. Поэтому японцы ценят предсказуемость, определенность, безопасность. Большое количество текста, обилие деталей призвано информировать и успокаивать. Например, японские компании могут создать одну версию с большим объемом текста для внутреннего японского рынка и другую версию для «остального мира» [12].

Еще один культурный фактор связан с нелюбовью японцев к расточительству (концепция «*моттаинай*»). Японская культура экономного использования ресурсов оказывает влияние и на цифровой мир, на то, как в нем размещаются элементы. Японский интернет-текст зачастую выглядит лишенным какого-либо негативного пространства. В результате создается впечатление, что различные веб-элементы буквально втиснуты в ограниченное пространство страницы.

**Цвет** является неотъемлемой составляющей культурного кода страны и широко используется в оформлении интернет-текстов. Помимо этого, с технической точки зрения, в японском языке отсутствует курсив и заглавные буквы, что ограничивает возможности добавления визуального акцента. Для создания иерархических контрастов, необходимых для организации информации только с помощью шрифта, в японском тексте используются разные цвета, прием увеличения/уменьшения размера шрифта, флэш-анимация [8].

**Технологическая специфика.** Наконец, немаловажным фактором, до сих пор оказывающим влияние на то, как выглядит японский интернет-текст, является его изначальная оптимизация под телефон-раскладушку. В начальный период распространения мобильных телефонов экраны были очень маленькими, и сайты должны были быть спроектированы так, чтобы суметь вместить всю информацию в это ограниченное пространство.

На Западе после 2007 г. (период появления телефона iPhone) внешний вид сайтов стал меняться, чтобы пользователи могли открывать их на гораздо меньших по размеру по сравнению со стационарными компьютерами экранах. В результате навигация стала упрощаться, плотность контента уменьшаться. Появилось больше свободного места на интернет-странице, текст и изображения стали больше по размеру. Немаловажным критерием жизнеспособности сайтов стала экономия мобильного трафика. Все эти комплексные условия привели к появлению того минималистического веб-дизайна, который стал новым стандартом интернет-индустрии на сегодняшний день.

Однако Япония пользовалась своим мобильным Интернетом на высокотехнологичных телефонах-раскладушках задолго до появления iPhone и в ещё большем количестве. Уже в 1999 г. японские смартфоны могли отправлять электронные письма, а в 2000-х гг. появились модели, оснащенные камерами, технология 3G в 2001 г. [7].

Внутренний рынок приносил японским компаниям-производителям прибыль, так что у них не было достаточной мотивации для выхода на международный рынок. Когда же мировой интернет стал упрощаться в связи с требованиями нового стандарта мобильных телефонов, это по-прежнему слабо затрагивало Японию, потому что пользователи достаточно долгое время предпочитали японские модели телефонов вместо iPhone [14].

В ходе исторической эволюции в культуре Японии сложился общий жизненный ритм, характеризующийся стремлением поддерживать гармонию и избегать конфликтных ситуаций. В основе этого процесса заложена ориентация на собеседника, что стимулирует повышенную восприимчивость и наблюдательность. В связи с чем японцев нередко называют «людьми зрения», а японскую культуру – визуальной. О важности невербальных выразительных средств в японской культуре свидетельствуют многие исследователи в своих научных трудах, в частности, Кимура Сёдзабуро, который в свое время провел сравнительный анализ представителей европейской и японской культур, назвал японцев «людьми зрения, для которых контакт глаз – это реальный разговор, реальное общение» [2, с. 182].

Таким образом, проведенный анализ вопросов специфики японских интернет-текстов показал, что на них оказывают влияние, преимущественно, факторы культурного и практического характера.

Под факторами культурного характера подразумеваются следующие аспекты: языковые, лингвокультурологические и особенности практического характера.

**К основным языковым особенностям** относят: богатство и разнообразие графических средств выражения японского языка и его компактность.

Под богатством подразумевают использование иероглифической письменности, двух азбук, лексики, записанной латинским алфавитом (ромадзи), идеограмм (арабских цифр и т. п.). Также, специфика японской письменности позволяет применять вертикальную и (или) горизонтальную ориентацию текста в зависимости от наличия места или эстетических соображений. Подобная гибкость в ориентации текста редко встречается в мире.

Компактность, т. е. удобство передачи больших смысловых блоков минимальным набором символов, что приводит к высокой визуальной плотности текста.

Многообразие графических средств выражения. Отсутствие акцентов (нет курсива, заглавных букв) побуждает авторов текстов искать другие способы создания иерархических контрастов. Это приводит к активному использованию таких неязыковых способов создания контрастов, как цвет (степень интенсивности, сочетание цветов и пр.), шрифт (размер, вид, форма и пр.), флэш-анимация и т. п.

**К основным лингвокультурологическим особенностям** относят: избегание рисков и расточительства.

Избегание рисков приводит к желанию получить больше информации. В результате вырабатывается привычка находиться в среде избыточной визуальной плотности и навык быстрого поиска нужной информации в этом пространстве.

Избегание расточительства приводит к стремлению использовать доступные ресурсы (в данном случае – пространство интернет-страницы) максимально эффективно, повышая плотность текста, насыщая его вербальными и невербальными компонентами.

**Особенности практического характера** связаны с развитием интернет-индустрии (как мобильной, так и для ПК) в Японии.

Говоря о возможном векторе трансформации японских интернет-текстов, следует отметить, что за последние годы появляется все больше и больше текстов, лишенных какой-либо особой специфики. Вместо использования различных вариантов контраста (цвета, масштаба) визуальная иерархия передается через увеличение свободного пространства на странице. Благодаря этому текст по-прежнему остается легким для понимания, акценты не теряются.

Отметим, что в настоящее время в Японии можно увидеть параллельное существование как текстов, обладающих всеми вышеперечисленными специфическими чертами, так и текстов, выполненных в более современном дизайне.

### Список литературы

1. Алпатов В. М. Япония. Язык и общество. М.: Наука, 1988. 136 с.
2. *Визуальный образ: (междисциплинарные исследования)* / отв. ред. И. А. Герасимова. - М.: ИФРАН. 2008. 247 с.
3. Горячева Е. А. СМИ и журналистика в современной Японии: монография. Владивосток.: Издательство Дальневосточного федерального университета. 2021. 204 с.
4. Изотова Н. Н. Коды японской культуры. М.: Изд-во «МГИМО-Университет». 2021. 301 с.
5. *Россия и Япония: соседи в новом тысячелетии* / руководитель проекта Э. В. Молодякова. М.: АИРО–XX. 2004. 284 с.
6. *Adriasola I., Teasley S. Design and Society in Modern Japan: An Introduction // Review of Japanese Culture and Society. 2016. Vol. 28. P. 1–50.* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.jstor.org/stable/44649883/> (дата обращения: 16.01.2023).
7. *Holroyd C. Entering the Internet Race: The Early Years of the Internet and Internet Commerce in Japan // Icommercecentral* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.icommercecentral.com/open-access/entering-the-internet-race-the-early-years-of-the-internet-and-internet-commerce-in-japan.php?aid=38562> (дата обращения: 16.01.2023).
8. *How Japanese Website Design Differs from The West // Infocubic* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.infocubic.co.jp/en/blog/website-design/how-japanese-website-design-differs-from-the-west/> (дата обращения: 16.01.2023).
9. *Hye K. Pae. Script Effects as the Hidden Drive of the Mind, Cognition, and Culture // Springer* [Электронный ресурс]. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-55152-0\\_5#Sec11/](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-55152-0_5#Sec11/) (дата обращения: 16.01.2023).
10. *Internet penetration rate in Japan from 2000 to 2020 // Statista* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/255857/internet-penetration-in-japan/> (дата обращения: 16.01.2023).
11. *Kirkpatrick D. Google: 53% of mobile users abandon sites that take over 3 seconds to load // Marketingdive* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.marketingdive.com/news/google-53-of-mobile-users-abandon-sites-that-take-over-3-seconds-to-load/426070/> (дата обращения: 16.01.2023).

12. McGowan D. The truth about Japanese web design // Multilingual [Электронный ресурс]. URL: <https://multilingual.com/issues/aug-sep-2018/the-truth-about-japanese-web-design/> (дата обращения: 16.01.2023).

13. Shimomura M., Yokosawa K. Processing of Kanji, and Kana characters within Japanese words // Researchgate [Электронный ресурс]. [https://www.researchgate.net/publication/225469221\\_Processing\\_of\\_Kanji\\_and\\_Kana\\_characters\\_within\\_Japanese\\_words/](https://www.researchgate.net/publication/225469221_Processing_of_Kanji_and_Kana_characters_within_Japanese_words/) (дата обращения: 16.01.2023).

14. *Why Japanese Web Design Is So... Different* //Randomwire [Электронный ресурс]. URL: <https://randomwire.com/why-japanese-web-design-is-so-different/> (дата обращения: 16.01.2023).

15. 英語を縦書きする場合のルールを解説！アルファベットの向きは？ // Объяснение правил написания английского вертикально! Как ориентировать алфавит в тексте? [Электронный ресурс]. URL: <https://english.chicken168.com/tategaki/> (дата обращения: 16.01.2023).

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.

Научная статья

УДК 811.581

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/18-25>

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ НА ЦЕНТРАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ КИТАЯ (CCTV)

**Ирина Владимировна Цурикова<sup>1</sup>**

Научный руководитель: **Александр Николаевич Сбоев<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

<sup>1</sup>Магистрант, [tcurikova.iv@dvfu.ru](mailto:tcurikova.iv@dvfu.ru)

<sup>2</sup>Кандидат филологических наук, [sboev.an@dvfu.ru](mailto:sboev.an@dvfu.ru), <https://orcid.org/0000-0003-3926-3978>

**Аннотация.** В статье исследуются лексические особенности рекламных текстов на каналах центрального телевидения Китая CCTV-3, CCTV-6, CCTV-7, CCTV-10, CCTV-12, CCTV-14 и CCTV-17. Отобранные 100 видеороликов были разделены на 4 группы в зависимости от целевой аудитории с целью проследить взаимосвязь целевой аудитории с выбранными в рекламе лексическими средствами. Подобная работа с использованием методов корпусного анализа проводится впервые. Анализ показал, что выбор лексических единиц, используемых в рекламных текстах, зависит от целевой аудитории, на которую направлена реклама.

**Ключевые слова:** реклама, CCTV, целевая аудитория, лексические особенности.

**Для цитирования:** Цурикова И. В. Лексические особенности рекламных текстов на центральном телевидении Китая (CCTV) // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 18–25. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/18-25>.

Original article

## LEXICAL PECULIARITIES IN CHINA CENTRAL TELEVISION (CCTV) ADVERTISING TEXTS

**Irina V. Tsurikova<sup>1</sup>**

Scientific Adviser: **Aleksandr N. Sboev<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia

<sup>1</sup>Graduate Student, [tcurikova.iv@dvfu.ru](mailto:tcurikova.iv@dvfu.ru)

<sup>2</sup>Ph.D in Philological Sciences, [sboev.an@dvfu.ru](mailto:sboev.an@dvfu.ru), <https://orcid.org/0000-0003-3926-3978>

**Abstract.** This paper analyzes the lexical peculiarities used in advertising texts on Chinese Central Television channels CCTV-3, CCTV-6, CCTV-7, CCTV-10, CCTV-12, CCTV-14 and CCTV-17. The selected 100 videos were divided into 4 groups depending on the target audience: advertising for children and parents, advertising for young people, advertising for the elderly,

universal advertising. The purpose of the study is to determine the interconnection of the target audience with the lexis chosen in advertising. Such research using corpora analysis methods was carried out for the first time. The analysis showed that the choice of lexis used in advertising texts depends on the target audience to which the advertisement is directed.

**Key words:** advertising, CCTV, target audience, lexical peculiarities.

**For citation:** Tsurikova I. V. Lexical peculiarities in China central television (CCTV) advertising texts // Far Eastern Philological Journal 2023. V/ 2, № 2. P. 18–25. (In Russ.) <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/18-25>.

### Введение

Эффективность рекламного текста зависит от грамотного соединения всех составляющих его компонентов: изображение, звук, образ, словесная ткань. Вместе с тем исследователи упоминают о первостепенной важности именно вербального компонента рекламы – словесного текста. Т. Г. Добросклонская, как и Х. Кафтанджиев, описывает такую внутреннюю структуру вербальной части рекламного текста, как заголовок, основной рекламный текст и эхо-фраза. Цель рекламного заголовка заключается в том, чтобы привлечь внимание аудитории и вызвать интерес к рекламируемому товару или услуге. Рекламный заголовок включает в себя рекламное обращение и главный рекламный аргумент, который впоследствии развивается в основном рекламном тексте. Целью основного рекламного текста, в котором затем формируется главный рекламный аргумент, является более подробный рассказ о преимуществах рекламируемого продукта. Развитие главного аргумента в основном рекламном тексте строится на целом ряде всевозможных приемов: «это может быть указание на высокое качество предмета рекламы, апеллирование к рациональному началу, обращение к эмоционально-чувственному восприятию, использование известных образов и социально-значимых стереотипов, подчеркивание исключительно выгодных условий продажи, а также прямое убеждение в необходимости приобретения» [5, с. 143].

Однако Х. Кафтанджиев, помимо приведенных выше компонентов рекламного текста, выделяет также слоган. Он не используется в каждой рекламе, но отражает сущность, философию фирмы, ее корпоративную политику в различных областях [6, с. 3].

Эффективность вербальной части рекламы во многом зависит от органичности соединения всех ее компонентов – заголовка, основного рекламного текста и эхо-фразы [5, с. 145].

Наиболее важным аспектом в исследовании лингвистической специфики рекламных текстов является использование языковых средств разных уровней: фонетического, морфологического, лексического и синтаксического. Исследования подтверждают, что телевизионная реклама включает в себя смесь лингвистических и экстралингвистических особенностей, которые используются для того, чтобы сделать рекламу эффективной [12, с. 108].

### Лексические особенности рекламных текстов

В данной работе мы в первую очередь остановимся на языковых средствах лексического уровня. Согласно А. Л. Семенову, «лексикой называется словарный состав языка. Под словарным составом понимается вся совокупность слов и эквивалентов слов, входящих в знание языка. Иными словами, лексика включает в себя не только слова, но и такие сочетания слов, которые по своему значению эквивалентны слову, это фразеологические единицы, устойчивые сочетания

слов, идиомы» [7, с. 7]. Как отмечает Т. В. Аникина: «Лексические средства оформления рекламных текстов используются рекламопроизводителями с целью привнесения ярко выраженной эмоционально-оценочной окраски высказываниям, необходимой им для формирования устойчивого образа товара и благоприятного представления о нем» [1, с. 42].

Любой рекламе присущ определенный набор лексических особенностей. Во-первых, для рекламных текстов характерно использование общеупотребительной лексики. Так как слова, которые использует и понимает большинство носителей языка вне зависимости от их места жительства и рода занятий, позволяют рекламе достичь поставленную коммуникативную задачу, а именно побудить аудиторию к приобретению.

Во-вторых, наряду с общеупотребительной лексикой, присутствует и специальная терминология. Термины позволяют точнее охарактеризовать все достоинства рекламируемого продукта. Термины могут не только донести нужную информацию, но и создают «ощущение надежности и серьезности» [8, с. 128]. Кроме того, использование большого количества специальной лексики превращает данный пласт в «достояние общеупотребительной лексики» [10, с. 195].

В-третьих, в рекламе нередко встречается разговорная лексика. Слова и выражения с ярко выраженной разговорной окраской делают рекламу более выразительной и всем понятной. Такая лексика «добавляет живость и естественность тексту, благодаря чему создается эффект непринужденного прямого общения между рекламодателем и реципиентом» [1, с. 42].

Тем не менее, Юань Фан отмечает, что помимо использования общеупотребительных и популярных модных слов в телевизионной рекламе можно заметить оттенки вульгарности [13, с. 202]. Кроме того, используется большое количество слов с эмоционально-оценочным значением, лексики с положительной коннотацией для того, чтобы подчеркнуть все достоинства продукта [9, с. 189]. Использование данной лексики вызывает доверие реципиента рекламы и желание приобрести рекламируемый продукт [8, с. 129].

Распространено использование разного рода фразеологизмов (в частности, характерные для китайского языка чэньюй) или устойчивых выражений, которые являются одним из способов создания экспрессивности в языке.

Достаточно распространены и заимствования, в том числе из английского языка. Они либо транскрибируются, либо используются в оригинальной форме, при этом могут быть использованы латинские буквы. С одной стороны, это делается для того, чтобы привлечь внимание к самой рекламе, а с другой, тематика рекламируемого товара или услуги может обуславливать включение необходимой английской лексики [9, с. 188].

В рекламных текстах используются различные междометия, звукоподражание, модальные частицы, так как они передают ощущения и чувства несмотря на то, что не обладают номинативным значением [9, с. 135].

Можно встретить элементы языковой игры, которая используется как способ привлечения внимания, повышения привлекательности и оригинальности рекламы, добавления веселья отражения главной мысли. В определенном контексте игра слов может вызвать ассоциации и запечатлеться в памяти [3, с. 33–34]. Тан Сюэй отмечает, что в телевизионной рекламе нередко в качестве языковой игры видоизменяются различные фразеологизмы или строчки песен и стихов [14, с. 189].

Важную роль также играют атрибутивные словосочетания, в состав которых входят наречия и прилагательные, поскольку передача самых привлекательных сторон и качеств рекламируемого товара или услуги является одним из важнейших компонентов рекламного текста.

Прилагательные и наречия используются для описания самых различных свойств рекламируемого продукта – размера, формы, качества и т. д. [5, с. 148]. Фань Яньпин пишет, что прилагательные являются эффективным инструментом для убеждения зрителей в том, что рекламируемый продукт не имеет себе равных. Ряд прилагательных в рекламе показывает дополнительную ценность товара и делает рекламу привлекательной. Они используются для того, чтобы вызвать у реципиентов желание совершить покупку [11, с. 341]. В телевизионной рекламе, как отмечают Сюй Цзэбяо и Цзян Дунъюань, в дополнение к использованию эмоционально-оценочных слов рекламодатели также склонны использовать прилагательные в превосходной и сравнительной степени, чтобы подчеркнуть отличные характеристики продукта [15, с. 137].

Что касается исследований именно китайской рекламы, то Сун Вэйвэй выделяет следующие лексические особенности телевизионной рекламы в Китае: употребление терминологической лексики, внедрение иностранных заимствований, умелое использование чисел и большое количество словотворчества [16, с. 37–43].

Вань Кайянь также отмечает использование чисел и данных в телевизионных рекламах. Исследователь говорит, что «преимущество языка данных в том, что он точен, объективен, реален, утончен и убедителен» [17, с. 52]. Кроме того, характерными лексическими особенностями языка телевизионной рекламы Вань Кайянь считает употребление сокращенных слов, а также современных модных слов и выражений [17, с. 51–52].

Для китайских рекламных текстов также характерно наличие вэньянизмов.

### Целевая аудитория рекламных текстов

Рекламные тексты можно разделить на категории в зависимости от направленности на определенную аудиторию: пожилых людей, молодых женщин, родителей и т. д. Направленность рекламного текста на целевую аудиторию тесно взаимосвязана с объектом рекламы. Так, реклама, ориентированная на пожилых людей, сосредоточена, в основном, на товарах для здоровья. А реклама для детей – на сладостях или игрушках. Реклама, направленная на молодых обеспеченных женщин, сосредоточена, как правило, на модной одежде, предметах дорогой косметики, парфюмерии. Аналогично объекту рекламы направленность рекламы на определенный сегмент массовой аудитории влияет на язык и стиль рекламного текста. Например, реклама косметики и парфюмерии для женщин в большинстве случаев характеризуется изысканным стилем, наполненным разнообразными средствами выразительности, что придает тексту неповторимую тональность и совершенно особое звучание [5, с. 141].

Так как хорошее рекламное сообщение должно отражать текущие социальные ценности и тенденции, рекламировать товары людям пожилого возраста и молодежи, используя одни и те же языковые средства, не имеет смысла. Поэтому в тексте рекламного сообщения используется лексика, присущая целевой аудитории, описывается ситуация из жизни, характерная для адресата рекламы. Все это тем не менее не должно переходить из плоскости неологизмов к подражательству или жаргону [2, с. 81]. О важности выбора языковых средств в рекламе с учетом национальных особенностей и целевой аудитории пишет З. Ю. Ганиева: «Создавая рекламу, рекламные тексты, не стоит забывать национальное и языковое своеобразие целевой аудитории <...> Подобранные с учетом национальных особенностей различные приемы и языковые средства влияют на поведенческие реакции и последовательность действий получателей рекламных сообщений» [4, с. 1159].

При всем разнообразии языковых средств воздействия, характерном для рекламных текстов, не стоит забывать, что насыщенность вербальной части рекламы различными средствами выразительности вовсе не служит гарантией успеха. Отличительным признаком удачной рекламы является гармоничное соединение основной рекламной идеи с наиболее соответствующими данной идее средствами выразительности. «Это выражается, в частности, в нахождении той единственно верной тональности рекламного обращения, которая придает тексту особую энергетику, усиливая его совокупное образно-языковое воздействие на массовую аудиторию» [5, с. 148]. Таким образом, к выбору лексических средств выразительности нужно подходить с осторожностью, они должны отвечать основной цели рекламы, быть привычными для целевой аудитории, и их не должно быть слишком много.

### **Лексические особенности рекламных текстов CCTV в зависимости от целевой аудитории**

Все отобранные нами 100 рекламных роликов на каналах CCTV-3 综艺 (Искусство и развлечения), CCTV-6 电影 (Кино), CCTV-7 国防军事 (Военный), CCTV-10 科教 (Наука и образование), CCTV-12 社会与法 (Общество и закон), CCTV-14 少儿 (Детский), CCTV-17 农业农村 (Сельскохозяйственный) мы разделили на 4 группы по целевой аудитории:

- реклама для пожилых,
- реклама для молодежи,
- реклама для детей и родителей,
- реклама для всех реципиентов.

Большая часть рекламных роликов является универсальной и направлена на всех реципиентов, независимо от их принадлежности к какой-либо группе.

Все рекламные ролики были разделены на группы по целевой аудитории для того, чтобы обозначить концептуальную структуру современной рекламы, а также ответить на следующие вопросы: насколько зависит выбор лексических средств от целевой аудитории, на которую направлена та или иная реклама, как именно лексика рекламы связана с аудиторией, какие лексические особенности характерны для рекламных текстов, предназначенных для определенной группы людей.

Для достижения целей исследования нам было необходимо создать лингвистический корпус из данных текстов. Для этого в первую очередь мы сделали скрипты всех исследуемых видеороликов, затем с помощью программы SegmentAnt разделили текст на слова, полученные сегментированные файлы открыли в программе Actconp во вкладке wordlist, где все употребимые слова в рекламе были расположены по количеству словоупотреблений, там же можно просматривать контекст употребления слова. Таким образом можно провести качественный обоснованный лексический анализ в рамках найденных рекламных текстов.

Были выделены следующие лексические особенности китайской телевизионной рекламы в целом:

- преобладание нейтральной лексики, так как ее понимает большинство реципиентов;
- использование ярко выраженной разговорной окраски ряда слов и выражений, например слов в сочетании с 好 ‘хороший’ для того, чтобы сделать рекламу более выразительной, а также понятной для простых граждан. Слово 好 является одним из самых часто встречающихся в рекламных текстах;

– употребление специальной терминологии, так как она позволяет точнее охарактеризовать рекламируемый продукт, показать его специализацию;

– использование заимствований, в частности из английского для того, чтобы привлечь внимание к самой рекламе;

– наличие большого количества слов с эмоционально-оценочным значением, т. е. так называемых «слов с повышенной рекламной ценностью», «ключевых слов» для того, чтобы подчеркнуть все достоинства продукта. Наиболее встречающимися словами данной категории являются 更 ‘более, еще’, 爱 ‘любить’, 能 ‘мочь’;

– использование таких слов, как 用 ‘использовать’, 喝 ‘пить’, 吃 ‘есть’, вместо 购买 ‘покупать’, 销售 ‘продавать’, чтобы избежать ассоциации с куплей-продажей [9, с. 188–189];

– важную роль также играют атрибутивные словосочетания, в состав которых входят наречия и прилагательные. Это связано с тем, что передача самых привлекательных сторон и качеств рекламируемого товара или услуги является одним из важнейших компонентов рекламного текста. Атрибутивная частица 的 является самым используемым словом в рекламных текстах, также вместо данной частицы в этом же значении часто используется 之.

На данном этапе работы, учитывая общие лексические особенности рекламы и применяя их к 4 группам можно говорить об определенных особенностях, присущих каждой из групп.

Для рекламных роликов, которые предназначены для детей и родителей характерны такие особенности как:

– наличие разговорной лексики или слов и выражений с разговорной окраской. Например, в рекламе 奥利奥 ‘Огео’ используется фраза 接招 ‘Получай!’, используется слово 宝贝 ‘золотко’, имея ввиду детей;

– заимствования. Например, ДНА ‘докозагексаеновая кислота’ или IQ ‘уровень интеллекта’;

– специальная лексика. Например, 益生菌 ‘пробиотики’ или 氨基酸 ‘аминокислота’;

– лексика с положительной коннотацией, эмоционально-оценочным значением (ключевые слова): 真 ‘настоящий’, 更好 ‘еще лучше’;

– междометия: 呦 ‘ой, ох’, 喔 ‘угу’;

– устоявшиеся выражения. Например, 茁壮成长 ‘расти здоровым (о ребенке)’.

Рекламным роликам, предназначенным для молодежи характерны следующие особенности:

– наличие разговорной лексики или слов и выражений с разговорной окраской. Например, 妞 ‘девчонка, девушка’, 说坏话 ‘сплетничать’;

– заимствования: SUV ‘внедорожник’;

– специальная лексика. Например, 头屑 ‘перхоть’, 毛囊 ‘волосяной фолликул’;

– лексика с положительной коннотацией, эмоционально-оценочным значением (ключевые слова): 美好 ‘прекрасный’, 离谱 ‘нереальный’, 其实 ‘действительно’;

– устоявшиеся выражения. Например, 一丝不苟 ‘быть внимательным к каждой мелочи’.

Для рекламных роликов, предназначенных для реципиентов старшего возраста, характерны:

– лексика с положительной коннотацией, эмоционально-оценочным значением (ключевые слова): 真正 ‘настоящий’, 需要 ‘необходимо’, 超 ‘сверх-’;

– терминология. Например, 干咳 ‘сухой кашель’, 痰黏 ‘вязкая мокрота’;

- разговорная окраска слов и выражений: 好药 ‘хорошее лекарство’, 好酒 ‘хорошее вино’;
- устоявшиеся выражения. Например, 止咳平喘 ‘останавливает кашель и устраняет симптомы астмы’.

Универсальная реклама включает в себя особенности всех групп.

В ходе анализа был выявлен прием «игра слов». В ролике про 兴安盟大米 ‘рис Хинган’ встречается такая фраза: 好山, 好水, 好味“稻” ‘Хорошие горы, хорошая вода, хороший вкус’, в данном примере ввиду созвучия вместо иероглифа 道 в слове 味道 wèidào ‘вкус’, использовался иероглиф 稻 dào ‘рис’, что намекает на рекламируемый продукт. А в ролике про 赫峰 ‘Horizon’: “玉”见赫峰 ‘Встречайте Хэфэн’ иероглиф 遇 в слове 遇见 yùjiàn ‘встречать’ также на основе созвучия был заменен иероглифом 玉 yù ‘яшма, нефрит’, что связано с рекламируемым товаром (плитка для отделки).

Интересным представляется название детского конструктора 布鲁可 bùlǔkě, которое очевидно является транскрипцией с английского block ‘кубик’, что было сделано, вероятно, с целью привлечения молодой аудитории.

Таким образом, мы можем отметить, что для всех категорий характерна специальная лексика, но она зависит от рекламируемого продукта. Например, в рекламе для пожилых реципиентов она связана с китайской медициной и названиями различных заболеваний. В рекламе для родителей она используется для того, чтобы рассказать о составе и свойствах продукта, продемонстрировать его высокое качество. Во всех видах рекламы преобладает лексика с положительной коннотацией, эмоционально-оценочным значением, позволяющая акцентировать внимание на достоинствах продукта или услуги. В рекламе каждой из групп встречаются устойчивые выражения из четырех иероглифов. Разговорная лексика наименее характерна для рекламы, направленной на пожилых реципиентов. Заимствования присутствуют только в рекламе, предназначенной для молодежи, детей и родителей. Междометия, в основном, встречаются в рекламе для детей. Тем самым можно сделать вывод, что выбор лексических средств, используемых в рекламных текстах, в большой степени зависит от целевой аудитории, на которую направлена реклама.

### Выводы

Лексические средства китайской телевизионной рекламы разнообразны. Употребление тех или иных лексических единиц зависит от многих факторов. Для китайской рекламы характерно преобладание нейтральной лексики, атрибутивных словосочетаний, слов с эмоционально-оценочным значением, наличие специальной лексики. В рекламе также присутствуют характерные только для китайского языка четырехсложные устойчивые выражения, вэньянизмы, лексика, связанная с китайской медициной. Для всех категорий характерна специальная лексика, но она зависит от рекламируемого продукта. Разговорная лексика наименее характерна для рекламы, направленной на пожилых реципиентов. Междометия, в основном, встречаются в рекламе для детей. Заимствования есть только в рекламе, предназначенной для молодежи, для детей и родителей. Все это доказывает, что выбор лексических средств, используемых в рекламных текстах, главным образом зависит от целевой аудитории, на которую направлена реклама. Так или иначе, все лексические средства рекламных текстов выполняют свою функцию, а именно информирования, убеждения, воздействия и побуждения к приобретению рекламируемого продукта.

Список литературы

1. Аникина Т. В. Лексические особенности англо- и русскоязычной интернет-рекламы // Филологический аспект. 2020. № 12(68). С. 41–53.
2. Базанова А. Е., Кириленко Н. П. Особенности языка рекламы как одной из разновидностей средств массовой коммуникации // Вестник РУДН, серия Литературоведение. Журналистика. 2013. № 2. С. 78–82.
3. Болдырева, О.Н., Ао Л., Сунь Ж. Игра слов в рекламном дискурсе: на материале русско-китайской рекламы // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 3(437). С. 31–39.
4. Ганиева З. Ю. Языковые особенности печатных рекламных текстов на башкирском языке // Вестник Башкирского университета. 2021. Т. 26, № 4. С. 1154–1160.
5. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
6. Кафтанджиев Х. Тексты в печатной рекламе. М.: Смысл, 1995. 73 с.
7. Семенов А. Л. Лексика китайского языка. 2-е изд., стер. М.: АСТ: Восток-Запад, 2005. 310 с.
8. Усольцева С. Ю. Лексические особенности текстов реклам мобильных устройств связи // Вестник Международного института рынка. 2019. № 2. С. 127–132.
9. Шевцова Н. И. Стилистика Современного китайского языка: курс лекций. Владивосток: Изд-во Дальневост. федерал. ун-та, 2018. 264 с.
10. Шаглова Е. А., Бадмаева Е. А. Лингвопрагматическая функция терминологической лексики (на материале рекламных слоганов) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 4–1(82). С. 195–197.
11. Fan Y. The Lexical Features of English Advertisement // Proceedings of the 2013 International Conference on the Modern Development of Humanities and Social Science, 2013. Pp. 341–343.
12. Mahmud M.O. Linguistic Effects on Television Advertisement: A Stylistic Approach // Research on Humanities and Social Sciences. 2017. Vol. 7, No. 14. Pp. 107–114.
13. 袁芳. 谈电视广告语言的审美心理特征 // 科教文汇. 2011. 第14期. 第202-203页.
14. 唐秀伟. 电视广告的语言特点 // 黑龙江社会科学. 2007. 第2期. 第189-190页.
15. 余泽标, 蒋栋元. 电视广告语篇中劝说功能的词汇语法实现方式 // 淮北煤师院学报 (哲学社会科学版). 2001. 第22卷 第3-4期. 第136-138页.
16. 宋卫卫. 洗化类电视广告语言研究. 山东大学: 硕士学位论文, 2013. 100页.
17. 万凯艳. 电视广告语言的创异手法探讨 // 中国报业. 2012. 第02X期. 第51-52页.

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.

Научная статья

УДК 81.23

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/26-33>

## КИТАЙСКАЯ ПИСЬМЕННОСТЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МОТИВИРОВАННОСТЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

**Ци Ялунь**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия,  
аспирант, [qiyalun@yandex.ru](mailto:qiyalun@yandex.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена вопросу о мотивированности китайской лингвистической терминологии. Цель статьи состоит в выявлении различных факторов, оказывающих воздействие на мотивированность китайских лингвистических терминов. Особое внимание уделяется заимствованным терминам. Материал для исследования выбран из словаря «Дацыхай. Лингвистический том» (один из 38 томов энциклопедического словаря, впервые изданного в Китае в 1936 году). Проанализировано более 1800 китайских лингвистических терминов. Применены методы описания и сплошной выборки.

**Ключевые слова:** мотивированность термина, китаизация, китайская письменность, китайская лингвистическая терминология.

**Для цитирования:** Ци Ялунь. Китайская письменность и ее влияние на мотивированность лингвистической терминологии // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 26–33. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/26-33>.

Original article

## CHINESE WRITING AND ITS INFLUENCE ON THE LINGUISTIC TERM MOTIVATION

**Tsi Yalun**

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, Graduate Student, [qiyalun@yandex.ru](mailto:qiyalun@yandex.ru)

**Abstract.** The paper analyzes the motivation of Chinese linguistic terminology. The analysis tends to identify various factors, which affect the motivation of Chinese linguistic terms. The influence of writing on motivation when borrowing terms is especially considered. The material of our research was selected from the dictionary “Dacihai. Linguistic Volume” (one of the 38 volumes of the encyclopedic dictionary, first published in China in 1936). In our research more than 1,800 Chinese linguistic terms have been analyzed. There are several types of methods in our research such as method of describing and method of continuous sampling.

**Key words:** motivation of the term, Sinicization, the Chinese writing, Chinese linguistic terminology.

**For citation:** Tsi Yalun. Chinese writing and its influence on the linguistic term motivation // Far Eastern Philological Journal 2023. V. 1, № 2. P. 26–33. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/26-33>.

Изучение мотивированности лингвистических терминов издавна привлекает внимание китайских и российских ученых. Это один из самых актуальных и спорных вопросов в терминологической практике.

Мотивированность термина часто связывается с соотношением внутренней формы и внешней формы слова. Так, китайский исследователь Сюй Гуанле считает, что слово – это название и знак вещи. Поскольку названия вещей определяются людьми, должна быть определенная мотивация, в соответствии с которой словами что-то называют. Под мотивацией слова понимается интерпретируемость смыслообразования слова, то есть мотивация или основание для того, чтобы некая фонетическая оболочка выражала некое смысловое содержание [14, с. 70]. Терминоведы Хуан Чжунлянь и Лю Лифэнь отмечают, что мотивированность термина относится к определенной внутренней связи между формой и значением термина. Некоторые термины мотивированы, а некоторые – нет [12, с. 14].

В русском терминоведении считается, что мотивировка термина формируется в случае соединения значения со звуковой оболочкой. Впервые это предположил Д. С. Лотте. Следуя за ним, М. Г. Бергер вводит понятие мотивированности – «степени соответствия внутренней формы термина его актуальному значению» [1, с. 65].

По поводу мотивированности термина С. В. Гринев-Гриневиц дает следующее определение: «под мотивированностью термина в настоящее время принято понимать его семантическую прозрачность, свойство его формы давать представление о называемом термином понятии» [3, с. 34].

Как отмечает С. В. Гринев-Гриневиц, наиболее полным выражением мотивированности является систематичность термина, которая понимается как «возможность отражения в структуре термина связи называемого понятия с другими понятиями и место этого понятия в данной понятийной системе» [3, с. 34–35]. В этом смысле систематичностью обладают как русская терминология, так и китайская. Например, по форме некоторых терминов можно определить их связь с другими терминами, принадлежащими к той или иной категории.

Примерами из русского языка могут послужить следующие термины:

- совпадение основ терминов или отдельных слов терминологических словосочетаний:
  - *семантика, полисемия, сема, семантическое поле, семантический указатель, семантический треугольник, порождающая семантика;*
  - *слово, словоформа, словообразование, словоизменение, словосложение, словосочетание;*
- с помощью суффиксов: *назализация, лабиализация, палатализация, номинализация.*

Примерами из китайского языка могут послужить следующие термины:

- *词, 词干, 词组·词形, 词性, 词根, 词头, 词尾, 词缀, 词义* («слово», «основа», «словосочетание», «словоформа», «часть речи», «корень слова», «приставка», «окончание», «аффикс», «значение слова»), с той же основой *词* «слово»;
- *字母, 韵母, 声母, 母语* («буква», «финаль», «инициаль», «родной язык»), с той же слогоморфемой *母*, которая имеет значения 'мать', 'основа';
- *鼻化, 唇化, 腭化, 名物化, 儿化* («назализация», «лабиализация», «палатализация», «номинализация», «эризация»), с тем же суффиксом *化*, который соответствует русскому словообразовательному суффиксу «-изация».

В качестве примера можно привести языковые оппозиции:

- 语言 юй янь, язык – 言语 янь юй, речь (формальный перевернутый порядок слов помогает рождать ассоциацию о противопоставлении двух терминов);
- 能指 нэн чжи, означающее – 所指 со чжи, означаемое (с той же основой 指 чжи, в то же время «能-» и «所-» представляют собой антисмысловые префиксы).

Во внутренней форме термина отражается отношение человека и к логическому составу знания, и к способам вербализация специальных концептов. За этим стоит не столько определенная когнитивная способность, сколько когнитивный процесс [5, с. 193]. Применение когнитивного подхода значительно расширяет спектр возможностей в работе над терминами и позволяет терминологам по-новому взглянуть на проблемы терминоведения.

В науке существуют две крайние точки зрения по вопросу мотивированности термина. Одни ученые считают, что термин выражает внутреннюю логическую структуру понятия. Другие же полагают, что лучшими терминами являются «бессмысленные» термины [4, с. 84].

На уровне лингвистической мотивированности видна внутренняя структура понятия, которую обычно называют системностью термина. Системность термина часто рассматривается как проявление его лингвистической мотивированности. Существует следующие представления об отношениях системности и мотивированности термина: 1) лингвистическая мотивированность касается лексической производности и морфолого-синтаксической структуры; 2) мотивированность термина сочетается с системностью; 3) новые термины зачастую нарушают существующую системность. Это можно объяснить следующим образом: в период своего введения новый термин может быть асистемным, поскольку он изменяет иерархичность системы; 4) мотивированность является понятием синхронных процессов, хотя системность термина изменяется в диахронии. Терминосистемы находятся в динамическом изменении, появляются и развиваются в процессе когниции [9, с. 278].

Ещё одним фактором, влияющим на мотивированность термина, является его происхождение. В русском терминоведении превалирует мнение, что исконное слово всегда мотивировано, а заимствованное не обладает внутренней формой. Как отмечается в научной литературе, «к увеличению числа немотивированных слов приводит процесс заимствования лексических единиц из других языков» [2, с. 89]. Л. А. Капанадзе показывает, что вопрос о мотивированности или немотивированности термина – это в конечном счете проблема национального и международного в терминологии, это вопрос о заимствованиях в терминологической работе [4, с. 84].

Н. П. Романова считает, что, в отличие от заимствованных, исконные термины имеют языковую мотивацию [8, с. 22–23]. Однако при более подробном рассмотрении данного вопроса обнаруживается обратное. Выясняется, что термины, которые по происхождению могут не быть заимствованными, а являются изначально собранными из иноязычных элементов, не обладают языковой мотивированностью. К примеру, заимствованные термины «полисемия», «моносемия» обладают прозрачной внутренней формой, потому что элементы поли-, моно-, сем- регулярно повторяются в языке с теми же значениями, что и в данных терминах.

И. А. Ребрушкина полагает, что понятность или непонятность термина (терминоэлемента) обусловлена не самим его происхождением, а уровнем восприятия и знакомства с термином. Поэтому, чтобы определить, мотивирован термин или нет, нужно рассматривать соотношение каждого конкретного слова-термина и понятия, им обозначенного [7, с. 27–30].

Создатель термина также может в определенной степени влиять на его мотивированность. Некоторые ученые считают, что результативность создания термина и его качество зависят от таланта создателя термина и от того, как создатель видит вновь созданное понятие [9, с. 277].

Например, в китайском терминоведении до сих пор сосуществуют два слова со значением ‘термин’: 术语 *шу юй* и 名词 *мин цы*. Первое слово более правильно ориентировано, буквально означая ‘язык науки и техники’. Последнее слово, буквально обозначающее ‘имя существительное, слово-наименование’, более распространено в бытовой речи и коммуникации ученых.

По нашему мнению, среди факторов, влияющих на мотивированность термина, следует особо учитывать влияние письменности. Системы письма в русском и китайском языках кардинально отличаются друг от друга. В русском языке принято фонетическое письмо, которое записывается буквами. Оно позволяет относительно легко транскрибировать или транслитерировать иноязычные наименования и, при необходимости, передавать их значения. Таким образом, заимствование терминов основывается на транслитерации, после транскрибирования иноязычное слово в небольшой степени морфологически обработано и становится термином национального языка.

В свою очередь, в китайском языке главенствует морфемная и слоговая система. Китайская языковедческая традиция относится к одной из немногих независимых, поскольку она возникла на почве языка изолирующего типа, причем записываемого идеографической письменностью. Опираясь на тысячелетние письменные традиции, китайская иероглифическая система способствует изобретению особых способов перекодирования европейских наименований как с целью передачи их значений, так и для условного транскрибирования посредством китайских иероглифов.

Семантическая прозрачность китайских терминов в той или иной мере проявляется в письменности. Поскольку китайский язык записывается идеографическим письмом, то слоги можно рассматривать как своего рода рисунки, которые могут передать идеографическую информацию. Буквенное же письмо не обладает данным свойством.

В свою очередь, такое необыкновенное свойство китайской письменности может многое сообщить о семантике слов при вербализации концептов, что позволяет нам узнать примерное значение слов через письменную форму. Наиболее распространенным способом является использование смыслового ключа иероглифа для обозначения категории значения или гнезда. Так, например, иероглифы 词 «слово», 语 «язык», 译 «перевод», 话 «речь», 调 «гlossа», 调 «тон» имеют тот же смысловой ключ «讠», который подсказывает категорию их значений – они все связаны с языком и речью. Иероглиф 话 «речь» состоит из двух частей 讠 (означает ‘язык’, ‘речь’) и 舌 (означает ‘язык’, ‘орган речи человека’).

Другим типичным примером служит транскрибирование иностранных имен. В транслитерации одного и того же звука женские имена пишутся иначе, чем мужские. Первые обычно отражают традицию китайских женских имен и в связи с этим проявляют пол в письменной форме. Например, слог «Ма(г)» в женских именах часто переводятся на китайский язык как «玛» ‘символизирует свет’, например 玛格丽特 «Маргарет», 玛利亚 «Мария», 玛莎 «Маша», а тот же слог в мужских именах обычно переводятся как «马» ‘лошадь’, например 马克 «Марк», 马丁 «Мартин», 马修 «Мэтью». При транскрибировании иностранных женских имен предпочитают выбирать иероглифы со смысловым ключом «女» ‘женщина’ или «王» ‘король’.

Слова в китайской терминологии, которые проходят только через транскрибирование, впоследствии зачастую отторгаются. Так, транслитерированные термины 葛郎玛 (*гэ лан ма*, «грамматика») и 爱斯不难读 (*ай сы бу нань ду*, «эсперанто»), которые когда-то широко были распространены в Китае, были заменены терминами 语法 (*юй фа*, бук. «правило языка») и 世界语 (*ши цзе юй*, бук. «мировой язык»), составленными из элементов родного языка.

Китаизацию термина часто рассматривают как «перевод высокого уровня», поскольку она охватывает более сложные процессы адаптации текста, такие как сам перевод. На практике это означает, что новое слово присваивается и осознается как «свое», китайское. В этой связи, китаизация выступает как перевод и адаптация иноязычных терминов к особенностям китайского языка, с наделением их критериями компактности и семантической прозрачности. Это в том числе обусловлено языковой привычкой 望文生义 – «толковать слово только буквально». Она подразумевает, что каждый слог (морфема) в слове должен иметь значение и способствовать формированию семантики всего слова. Заимствование звуков целиком не распространено, поскольку полная непрозрачность семантики затруднила бы чтение и понимание слов.

Характер китаизации терминов определяют особенности китайского языка. Несмотря на то, что чем больше слогов у термина, тем больше элементов в нем, тем сильнее мотивированность слова. При этом в языке срабатывает принцип экономии, и, как следствие, предпочтительным для китайского языка остается преимущественно двухсложный вариант. Так, согласно приведенной нами статистике лингвистических терминов в словаре Дацыхай по признаку количества слогов (см. таблицу ниже), китайские термины чаще всего состоят из 2–3 слогов.

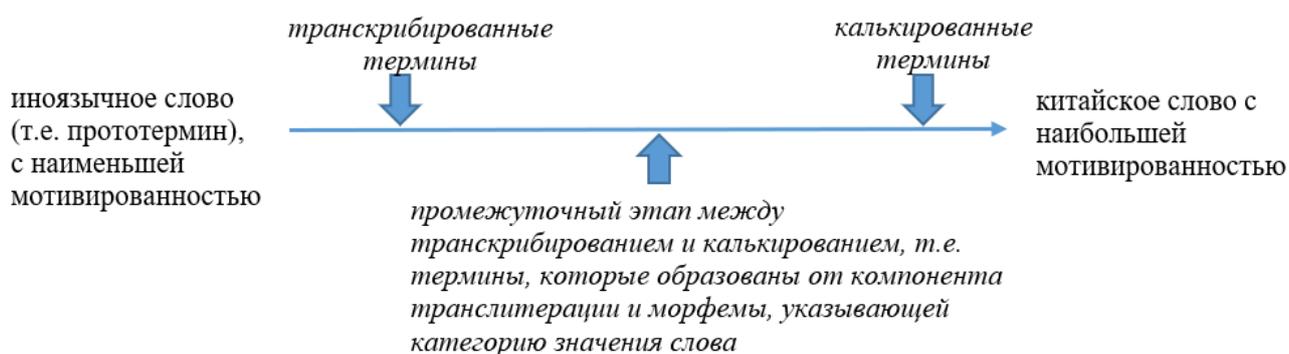
**Разделение лингвистических терминов по количеству слогов**

Количество Классификация терминов	Одно- слож- ные	Двух- слож- ные	Трех- слож- ные	Четы- рех- слож- ные	Пяти- слож- ные	Из 6 слогов	Из 7 слогов	≥ 8 слогов	Итого
Грамматологические термины	-	136	65	45	12	9	3	1	271
Термины по исторической фонологии	2	152	66	36	18	4	1	2	281
Термины согласно сюньгусюэ	12	97	11	28	7	1	-	-	156
Грамматические термины	11	106	155	87	37	10	6	1	413
Фонетические термины	1	129	105	84	47	9	-	-	375
Лексические термины	1	30	43	12	3	-	-	-	89
Общеграмматические термины	1	33	39	63	49	17	13	10	225
Итого	28	683	484	355	173	50	23	14	1810

При транскрибировании простого иноязычного слова китайскими иероглифами зачастую наблюдается избыточность слогов. Так, односложное слово *глай* превращается в четырехсложное 格拉伊得 *gē lā yī dé*. Как следствие, принято переводить этот термин как 流音 *liú yīn* (первый слог 流: «текучий, пролетающий», второй слог 音 «звук»). Слоговая структура китайского языка обуславливает ограниченность в приемах транскрибирования слов. В то же время, многосложные языки легче принимают в себя иностранные многосложные слова, поэтому, в частности, русская терминология имеет относительно высокую степень глобализации.

Таким образом, для китайской языковой традиции не характерно заимствование звуков целиком. По данным Всекитайского комитета по утверждению терминов естественных наук, который проводил сравнительный анализ терминологий в медицине, астрономии, лесном хозяйстве, генетике и микробиологии, доля терминов, содержащих компонент транслитерации, составляет лишь 0,5%, при этом целиком транслитерирована лишь небольшая часть [13]. Стоит заметить, что доля транслитерированных терминов в химии и фармацевтике выше, чем в других областях. В целом же, в китайской терминологии доля транслитерированных или частично транслитерированных терминов сравнительно мала. Даже в китайском терминоведении транскрибирование считается видом заимствования с наименьшей степенью обработки и китаизации и часто рассматривается как первичная или переходная форма при заимствовании [10, с. 71].

Анализ литературы, посвящённой заимствованию в китайском языке, показал, что выделяют три основных типа заимствованных терминов от низкой до высокой по степени китаизации: транскрибированные термины, «термины, образованные от компонента транслитерации и морфемы, указывающей категорию значения слова», а также калькированные термины. При этом, внешняя форма транскрибированных слов наиболее близка к исходному термину, а калькированные термины имеют наивысшую степень китаизации и наиболее сильную мотивированность. Степень китаизации трех типов заимствованных терминов наглядно отражена на рисунке ниже:



Степень китаизации трех типов китайских заимствованных терминов

Калькирование является характерным способом заимствования иноязычной лингвистической терминологии. В частности, калькирование включает в себя:

1) словообразовательное калькирование, т. е. наполнение иноязычной словообразовательной модели собственным морфемным материалом. Например:

архифонема – 超音位 (архи-: 超, фонема: 音位);

назализация – 鼻化 (назал-: 鼻, -изация: 化);

метаязык – 元语言 (мета-: 元, язык: 语言);

2) семантическое калькирование, т. е. заимствование переносного значения слова. Например: аналогия – 类比 (а. понятие, которое младограмматики ввели в языкознание; б. один из стилистических приемов; в. форма умозаключения); речь – 言语 (а. выдвинутое положение Ф. де Соссюром, противоп. язык; б. разговор, беседа). Такие термины используются как в профессиональной, так и в бытовой речи.

Что касается терминов, которые образованы от компонента транслитерации и морфемы, указывающей категорию значения слова, такие мало встречаются в лингвистической терминологии. Напр.: тиджин – 皮钦语 пи цинь юй (последняя слогоморфема 语 означает 'язык'), кириллица – 基立尔字母 цзи ли эр цзы му (последние две слогоморфемы 字母 означают 'буква').

Таким образом, можно сделать вывод о том, что факторы, оказывающие воздействие на мотивированность термина, включают систематичность термина, его системность, тип письменности, происхождение термина, частоту встречаемости термина в языке, создателя термина и др. Различные типы письменности китайского и русского языков имеют фундаментальное значение в процессе заимствования термина. В русском языке принято фонетическое письмо, которое основывается на транслитерации при заимствовании номинации. Для китайского языка характерна идеографическая письменность, иногда с использованием смыслового ключа для увеличения мотивированности слова. Среди китайских заимствованных терминов наиболее распространены калькированные, а наименьшую часть составляют транскрибированные термины. Также существуют термины, образованные от компонента транслитерации и морфемы, указывающей категорию значения слова. Калькированные термины имеют наивысшую степень китаизации, а также демонстрируют наиболее сильную мотивацию и близость к исконной лексике; транслитерированные термины имеют наименьшую мотивированность, самую низкую степень китаизации и составляют наименьшую долю заимствованных терминов.

### Список литературы

1. Бергер М. Г. Лингвистические требования к термину // Рус. яз. в школе. 1965. № 3. С. 64–68.
2. Блинова О. И. Явление мотивации слов: Лексикологический аспект: учеб. пособие. Томск: ТГУ, 1984. 208 с.
3. Гринев-Гриневич С. В. Терминоведение. М.: Академия, 2008. 304 с.
4. Капанадзе Л. А. О понятиях «термин» и «терминология» // Развитие лексики современного русского языка. М.: Наука, 1965. С. 75–85.
5. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца 20 века. М, 1995. С.144–235.
6. Лингвистический энциклопедический словарь / Ин-т языкознания АН СССР. Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. 687 с.
7. Ребрушкина И. А. Ориентирующие свойства терминов в аспекте происхождения (на материале лингвистической терминологии) // Вестник ВГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. № 1. С. 27–31.
8. Романова Н. П. О мотивированности исконных и заимствованных терминов // Вопросы терминологии и лингвистической статистики. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1976. С. 18–26.
9. Татарinov В. А. Общее терминоведение: энциклопедический словарь. М.: Московский лицей, 2006. 528 с.

10. 曹炜. 再论现代汉语外来词//江苏大学学报 ( 社会科学版 ). 2004. №1. С. 71–78.
11. 大辞海语言学卷 / 夏征农主编. 上海: 上海辞书出版社, 2003. 306 с.
12. 黄忠廉, 刘丽芬. 汉外术语理据对比 // 中国科技术语. 2014. №1. С. 14–17.
13. 全国科学技术名词审定委员会审定公布资料. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cnctst.cn/sdgb/sdzsgb/>
14. 许光烈. 汉语词的理据及其基本类型//内蒙古民族师范学报哲社版 ( 通辽 ). 1994. № 1. С. 70–75.

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.

Научная статья

УДК 81`41

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/34-42>

## РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПОБУЖДЕНИЯ В ТЕКСТАХ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ РОССИИ И ИСПАНИИ

Екатерина Викторовна Бондарева<sup>1</sup>, Ильнара Айдаровна Рашитова<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

<sup>1</sup>Кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии,  
[bondareva.ev@dvfu.ru](mailto:bondareva.ev@dvfu.ru)

<sup>2</sup>Магистрант 2-го курса, [rashitova.ia@students.dvfu.ru](mailto:rashitova.ia@students.dvfu.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена анализу репрезентации коммуникативной макростратегии побуждения в туристическом дискурсе России и Испании на материале интернет-порталов Russia Travel и Spain Info. Цель статьи – охарактеризовать особенности использования коммуникативной стратегии побуждения на основе рассмотрения тактик и языковых средств, реализующих данную стратегию.

**Ключевые слова:** туристический дискурс, стратегия побуждения, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика.

**Для цитирования:** Бондарева Е. В., Рашитова И. А. Реализация стратегии побуждения в текстах туристических сайтов России и Испании // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 34–42. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/34-42>.

Original article

## INCENTIVE STRATEGY REALIZATION IN TOURISTIC WEBSITES OF RUSSIA AND SPAIN

Ekaterina V. Bondareva<sup>1</sup>, Inara A. Rashitova<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Far Eastern federal University, Vladivostok, Russia

<sup>1</sup>Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Romano-Germanic Philology, [bondareva.ev@dvfu.ru](mailto:bondareva.ev@dvfu.ru)

<sup>2</sup>Master's Student, Senior Year, [rashitova.ia@students.dvfu.ru](mailto:rashitova.ia@students.dvfu.ru)

**Abstract.** The article analyzes communicative macrostrategy of incentive and its representation in the touristic discourse of Russia and Spain, based on the material of the Internet portals Russia Travel and Spain Info. The paper seeks to characterize the nature of using the communicative strategy of incentive from the standpoint of tactics, used for its implementation, and language means that verbalize this strategy.

**Key words:** Touristic discourse, incentive strategy, communicative strategy, communicative tactics.

**For citation:** Bondareva E.V., Rashitova I. A. Incentive strategy realization in touristic web-sites of Russia and Spain // Far Eastern Philological Journal. 2023. V. 1, № 2, P. 34–42. (in Russ.) <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/34-42>.

Стремление человека к чему-то новому, неизвестному, интерес к другой культуре, иным традициям, желание увидеть те или иные места создают естественную потребность в путешествиях. Сфера туризма является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей экономики, которая охватывает множество других сфер деятельности человека, а коммуникация между людьми в данной сфере создаёт благодаря своей специфике туристический дискурс. Вслед за исследователями, разрабатывавшими вопросы теории туристического дискурса (Л. Р. Сакаева и Л. В. Базарова [8], Э. Ю. Новикова [4], К. Вестито [12], Н. В. Филатова [11] и др.), мы понимаем под данным дискурсом коммуникативное пространство, включающее общение разных социальных категорий людей (как профессионалов, так и потребителей услуг), и представленное совокупностью текстов, являющихся продуктом речевой деятельности в сфере туризма.

В туристическом дискурсе в зависимости от ситуативно-обусловленного контекста и взаимодействия участников предусматривается применение коммуникативных стратегий в соответствии с прагматической целеустановкой адресанта. Вслед за О. С. Иссерс, под коммуникативной стратегией мы понимаем комплекс речевых действий, направленных на решение коммуникативной задачи, а выбор средств и приёмов для осуществления стратегического замысла принимаем за речевые тактики [2]. Исследование стратегий и тактик туристического дискурса необходимо для организации грамотной коммуникации между её участниками, а сопоставление данных разных языков позволит наиболее эффективно планировать деятельность в данной сфере, направленную на представителей конкретной культуры.

Сфера туризма создаёт значительное количество материалов, которые можно выделить в жанры в соответствии с классификацией каналов передачи информации, предложенной Н. В. Филатовой: устные, письменные и компьютерно-опосредованные жанры [10]. В данном исследовании материалом являются тексты компьютерно-опосредованного жанра – интернет-порталов России и Испании, которые являются официальными веб-сайтами под ведомством департаментов, отвечающих за развитие туризма в стране. Выбор данного жанра обусловлен его общедоступностью, дешевизной и мультимедийным характером, что позволяет привлекать различные категории потребителей туристических услуг. Таким образом, материалом послужили 36 страниц текста, отобранных методом сплошной выборки из официальных туристических интернет-порталов Russia Travel и Spain Info [13; 14].

В рамках данного исследования акцентируется внимание на одной из макростратегий туристического дискурса – стратегии побуждения, в которой также выделяются микростратегии стимуляции к действию, манипулирования и кооперации. Макростратегия побуждения проявляется в речевом воздействии на адресата с целью стимулирования к совершению действий, проживанию того или иного опыта. Также было выявлено, что микростратегии и их тактики могут пересекаться и проявляться в первичном или вторичном положениях. Такие случаи использования коммуникативных стратегий мы относим к смешанным в одной единице анализа.

Микростратегия стимуляции к действию предполагает наличие открытого побуждения, реализуемого через тактики прямого призыва к действию; совета, рекомендации и предложения; напоминания. Индикаторами будут выступать эксплицитные языковые приёмы, через

которые автор передаёт этот призыв. Так, тактика прямого призыва к действию в русском портале реализуется за счёт таких языковых средств, как глаголы повелительного наклонения с семантикой активного действия:

*Узнайте, что посмотреть в столице, и составляйте свой маршрут по городу* [13].

*Загляните в «Галерею Пегаса», музейный сад и сделайте эффектные фото* [13].

Этот способ вербализации данной тактики хоть и доминирует, но не является единственным. Также был обнаружен случай использования риторического вопроса с последующим восклицательным предложением как средство более распространённого и менее навязчивого приглашения к действию за счёт комбинации вопроса и ответа:

1) *Еще не были? Пакуйте чемоданы!* [13]

В туристическом интернет-портале Испании данная тактика так же выражается в императивных глаголах:

1) *Prepara también los prismáticos para observar la migración de las aves* [14].

«Также подготовьте бинокли, чтобы понаблюдать за миграцией птиц».

2) *Prepara la cámara, pero sobre todo prepara la mirada, porque las vistas merecen la pena* [14].

«Подготовьте камеру, но сперва готовьтесь смотреть, потому что виды того стоят».

Стоит отметить, что в туристическом дискурсе императивы звучат не как приказ или просьба, требующие незамедлительного исполнения, или как желание адресанта навязать волю адресату, а, скорее, как вежливое приглашение за счёт дополнения императива обоснованием необходимости выполнения того или иного действия.

Тактика совета, рекомендации и предложения также в основном реализуется через повелительное наклонение, но отличается от вышерассмотренной в основном за счёт семантики используемых глаголов, которые дают читателю возможность выбора того, следовать словам автора или нет:

1) *Выбирайте* ночлег по району или округу: в Центральном – не надо тратить много времени на передвижение и денег на общественный транспорт – почти везде сможете дойти пешком [13].

Кроме того, данная тактика может быть реализована через глаголы первого лица множественного числа с семантикой рекомендации или совета, что позволяет смягчить воздействие на адресата за счёт отказа давления на него через императив. В этом случае сказуемое создаёт иллюзию того, что рекомендация исходит от большого количества людей, а значит ей можно доверять:

1) *Весной советуем* провести время на природе в одном из цветущих парков столицы, прогуляться по ярмаркам [13].

2) *Если есть время и финансы, рекомендуем* посетить одну из постановок [13].

Отличие реализации тактики совета, рекомендации и предложения в испанском портале выражается в использовании риторических вопросов, условных предложений с последующим развёрнутым ответом. Такой приём создаёт эффект диалогизации и привлекает внимание читателя:

1) *¿Qué tal si organizas un viaje a España?* [14]

«А что, если ты организуешь поездку в Испанию?»

2) *¿Zonas recomendadas? Muchas: las lagunas de Gallocanta (Aragón), el delta del Ebro (Cataluña), el Parque Nacional de Doñana (Andalucía)...* [14].

«Рекомендуемые места? Их много: это лагуны Гальоканта (Арагон), дельта реки Эбро (Каталония), национальный парк Доньяна (Андалусия)»

3) *¿Buscas planes concretos en lugares naturales que se vuelven fascinantes en otoño? Por ejemplo, en el Valle del Ambroz (Extremadura) celebran el “Otoño Mágico” con actividades como marchas senderistas, mercados artesanales, rallys fotográficos... [14].*

*«Ищешь конкретные идеи для отдыха на природе, которая становится удивительной осенью? К примеру, в долине Амброс (Эстремадура) празднуют “Волшебную осень” с такими мероприятиями, как пешие походы, ремесленные рынки, фоторалли...»*

Реже в рассмотренном материале используется тактика напоминания: было обнаружено по одному примеру в обоих интернет-порталах. Такое количество можно объяснить тем, что в случае напоминания мы обычно обращаемся к уже известной для адресата информации, а у потенциальных туристов, к которым обращены данные тексты, подобные фоновые знания часто отсутствуют. Данная тактика реализуется через глагол «помнить» / «recordar» в повелительном наклонении, а различие проявляется лишь в числе глаголов:

1) *И конечно, одеваться надо по погоде: **помните**, что вам придётся провести немало времени на свежем воздухе [13].*

2) *Y después del modernismo, **recuerda** que todavía te quedará mucha Barcelona por disfrutar: el barrio Gótico, sus museos y centros de arte, su agenda cultural, sus miradores... [14].*

*«И познакомившись с модернизмом, **помни**, что в Барселоне есть ещё много мест, которыми можно насладиться: готический квартал, его музеи и центры искусства, его культурная программа, его смотровые площадки...»*

Особый интерес в побудительных коммуникативных стратегиях представляет микростратегия манипулирования. Исследователь И. А. Стернин определяет манипулирование как речевое воздействие на человека с целью побудить его неосознанно совершать поступки и действия, вопреки изначальным его намерениям [9]. Поскольку манипулирование относится к скрытому психологическому управлению сознанием адресата, приёмы, использованные в текстах туристического дискурса, не выражают явное побуждение, однако их результатом является формирование у адресата желания прожить предлагаемый адресантом туристический опыт.

Коммуникативная стратегия манипулирования актуализируется в тактиках обещания, предупреждения или моделирования ситуации. В русском портале первая из упомянутых тактик используется редко (4 случая), в то время как туристические тексты испанского портала чаще прибегают к данному приёму воздействия (13 случаев). Тактика обещания в туристическом дискурсе предполагает своеобразное обязательство, которое берёт на себя адресант, утверждающий, что именно ждёт туриста в описываемом месте или ситуации, и сопровождается обращением к чувствам, к запахам, вкусам, звукам, визуальным картинкам и к переживанию приятных эмоций, и выражается через глаголы будущего времени совершенного вида, а также эпитеты:

1) *Блинная **порадует** гостей **пышными** угощениями, приготовленными в печи по старинным рецептам [13].*

2) *Туган авылым **не оставит равнодушными** и самых маленьких посетителей [13].*

Тактика обещания в испанском портале чаще выражается в использовании глаголов будущего времени и конструкции ir a + inf., оценочных прилагательных и эмотивных глаголов:

1) ***Te van a enamorar** por ejemplo los pueblos blancos de Cádiz y Málaga, los pueblos de arquitectura negra de Guadalajara, las villas medievales... [14].*

*«Ты влюбишься в белые деревни Кадиса и Малаги, в деревни с черной архитектурой Гвадалахары, средневековые деревни...»*

2) *Durante todo el camino se suceden pueblos y ciudades con un impresionante patrimonio monumental, perfectamente conservado tras el paso de los siglos. Su sabor medieval no te dejará indiferente* [14].

«На протяжении всего пути встречаются деревни и города с впечатляющим монументальным наследием, прекрасно сохранившимся на протяжении многих веков. Эта атмосфера Средневековья не оставит тебя равнодушным».

Тактика предупреждения была выделена по параметру наличия в тексте ссылки на негативные последствия тех или иных действий адресата. Она была обнаружена нами в двух случаях: в русском портале она представлена гиперболизацией – преувеличением последствия от упущенной возможности попробовать традиционное блюдо, в испанском же предупреждение реализовано побудительным высказыванием «будь внимателен» и является более метафорическим за счёт обращения к мифическому существу:

1) *Mucho pierde aquel que no pruebe el más suave chac-chac, el dorado bakken con calabaza, el dulce de leche con pollo o el pastel de queso* [13].

2) *Pon atención, quizá consigas ver a alguna ninfa de las aguas...*

«Будь внимателен, вдруг ты увидишь водную нимфу...» [14].

Тактика моделирования ситуации погружает читателя в гипотетическую ситуацию, тем самым вызывая у адресата любопытство и интерес к определенной местности. От предыдущих тактик она отличается в основном используемыми языковыми приёмами, которые не обещают или предупреждают, а констатируют и позволяют нарисовать определенную картину, как бы помещая читателя в неё. Она манипулятивна, так как выражается в скрытом навязывании реципиенту положительного отношения к местности через выразительные языковые средства [1]. Поэтому часто лексическими маркерами этой тактики выступают имена собственные, эпитеты, метафоры, детали, обозначения места, времени, позволяющие создать более детальный образ в сознании адресата. Синтаксическими средствами этой тактики выступают условные предложения и перечисления:

1) *Imagina: estás en el centro de una ciudad desconocida, con un mochilero y cientos de kilómetros de sendero, sin caminos, bosques, campos y montañas...* [13].

2) *Imaginemos, que planeamos un viaje por el mismo lugar más popular y desconocido de los caminos rusos, el camino Mosca – San Petersburgo. Como en cualquier viaje, empezamos con la información. El primer paso es elegir el punto de partida* [13].

3) *Saltamos de nuevo a Castilla y León, pero en esta ocasión a Ciudad Rodrigo (Salamanca), donde, durante el siglo XVI se construyeron numerosos monumentos religiosos, palacios y casas solariegas* [14].

«Мы вновь возвращаемся в Кастилию-и-Леон, но теперь для того, чтобы посетить Сьюдад-Родриго (Саламанка), где на протяжении XVI века были возведены многочисленные памятники религиозной архитектуры, дворцы и особняки».

В данных примерах микростратегия манипулирования через тактику моделирования ситуации комбинируется с микростратегией кооперации с тактикой сближения с адресатом, реализуемой через местоимение второго лица в единственном числе в первом примере и глаголы совместного действия в первом лице множественного числа в обоих порталах.

В испанском туристическом интернет-портале тактика моделирования ситуации также сочетается с тактикой прямого призыва к действию. В данном случае погружение в ситуацию и возможность испытать конкретные впечатления от местности являются доминирующими по смыслу, императивы же выполняют вторичную роль и приглашают вообразить эту картину:

*Déjate llevar por la inmensidad de este paisaje, nota la brisa marina en tu cara y siéntete como un auténtico rey [14].*

«Позволь себе окунуться в эти необъятные пейзажи, ощути на лице морской бриз и почувствуй себя настоящим королём».

Во вторичном положении тактика моделирования ситуации в испанском туристическом интернет-портале использована совместно с тактикой совета, рекомендации и предложения:

*¿Qué te parece si nos vamos ahora hasta el interior y hacemos una paradita en Riomalo de Abajo (en Cáceres, Extremadura) [14]?*

«Что думаешь насчет того, если мы прямо сейчас отправимся вглубь страны и сделаем остановку в Риомало-де-Абахо (в Касересе, Эстремадура)?»

Также тактика моделирования ситуации используется совместно с тактикой обещания, что позволяет усилить воздействие на адресата:

*1) Más al sur, en Consuegra, en la provincia de Toledo, podrás admirar entre otras cosas su conjunto de molinos de viento, que tanto recuerdan a los gigantes imaginarios contra los que luchó don Quijote de La Mancha, el inmortal personaje de Miguel de Cervantes [14].*

«Южнее, в Консуэгре, в провинции Толедо, вы можете полюбоваться, помимо всего прочего, множеством ветряных мельниц, так напоминающих воображаемых великанов, с которыми сражался Дон Кихот Ламанчский, бессмертный герой Мигеля де Сервантеса».

Другой важной стратегией в материалах туристического дискурса является микростратегия кооперации. Она позволяет установить контакт между адресантом и адресатом и чаще выступает во вторичной позиции наряду с другими стратегиями. Тактики этой стратегии – сближение с адресатом и приглашение к обратной связи – реализуются через глаголы с семантикой совместного действия в первом лице множественного числа в обоих порталах:

*1) Раз выезжаем мы из столицы, то находим в поиске текст про Москву, предварительно выбрав русский язык. Далее скролим к разделу о выездах по северо-западному направлению, на Питер и Тверь по трассе М10. И узнаем, что у метро «Речной вокзал» нужно сесть на автобус 851 в сторону Шереметьево [13].*

*2) Para conocer más sobre su vida u su obra, te recomendamos visitar la Casa-Museo Gaudí, en el Park Güell [14].*

«Чтобы узнать больше о его жизни и творчестве, мы рекомендуем тебе посетить дом-музей Гауди в парке Гуэля».

Единственный случай с тактикой сближения с адресатом в доминирующем положении мы обнаружили в материалах испанского интернет-портала, где автор приглашает читателя приехать в Испанию через выражение собственных ожиданий:

*1) Y si no lo has visto todo, no te preocupes. Te esperamos en un próximo viaje [14].*

«А если ты ещё не все увидел, не волнуйся. Мы ждём тебя в следующей поездке».

Также тактика приглашения к обратной связи была выявлена только в материале испанского интернет-портала, она реализуется через обращение к читателю и риторический вопрос, что в свою очередь также создаёт диалогичность:

*1) Aunque puedes recomendarnos otro que para ti sea el más especial (¿te animas a contárnoslo a través de Facebook o de Twitter?) [14].*

«Хотя ты можешь порекомендовать нам и другие (смотровые площадки), которые показались тебе более особенными. Хочешь рассказать нам о них в Facebook или Twitter?»

Анализ данных материалов позволил нам сделать вывод о том, что в интернет-портале Russia Travel побуждение чаще реализуется через советы, рекомендации, предложения и прямые призывы к действию (рис. 1). Для испанского портала характерно использование в большей степени тактик обещания, моделирования, тактики совета, рекомендации и предложения (рис. 2). Это можно объяснить особенностями коммуникативного стиля испанцев: повышенной эмоциональной экспрессивностью, общительностью, стремлением к наслаждению жизненными удовольствиями, гиперэмоциональностью. Всё это представлено богатой палитрой экспрессивно-эмотивной лексики [2].

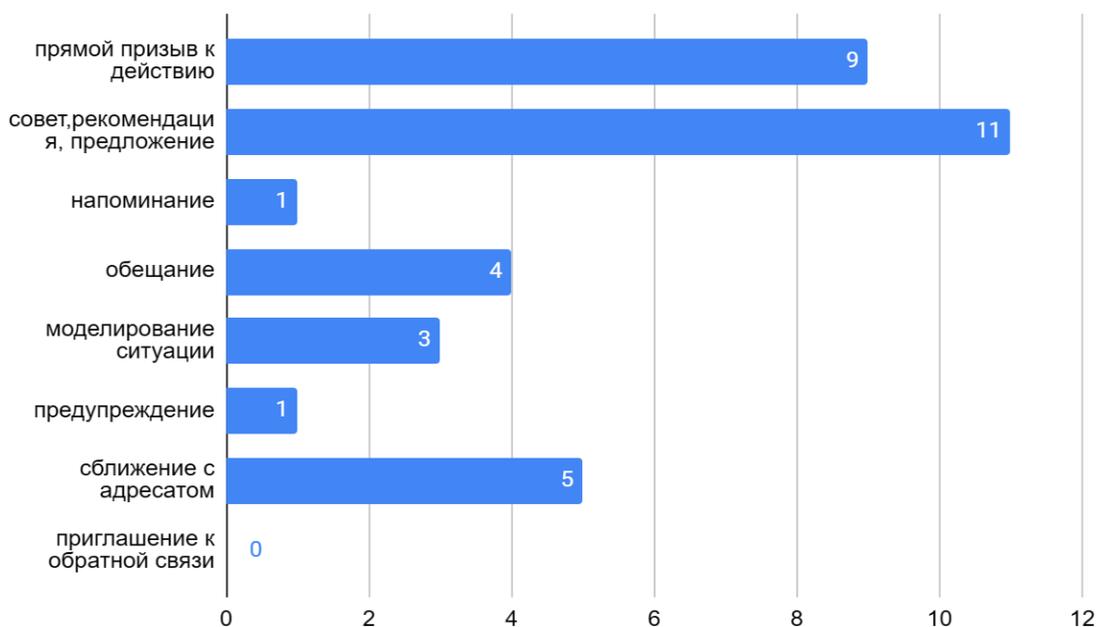


Рис. 1. Тактики макростратегии побуждения в туристическом интернет-портале Russia Travel

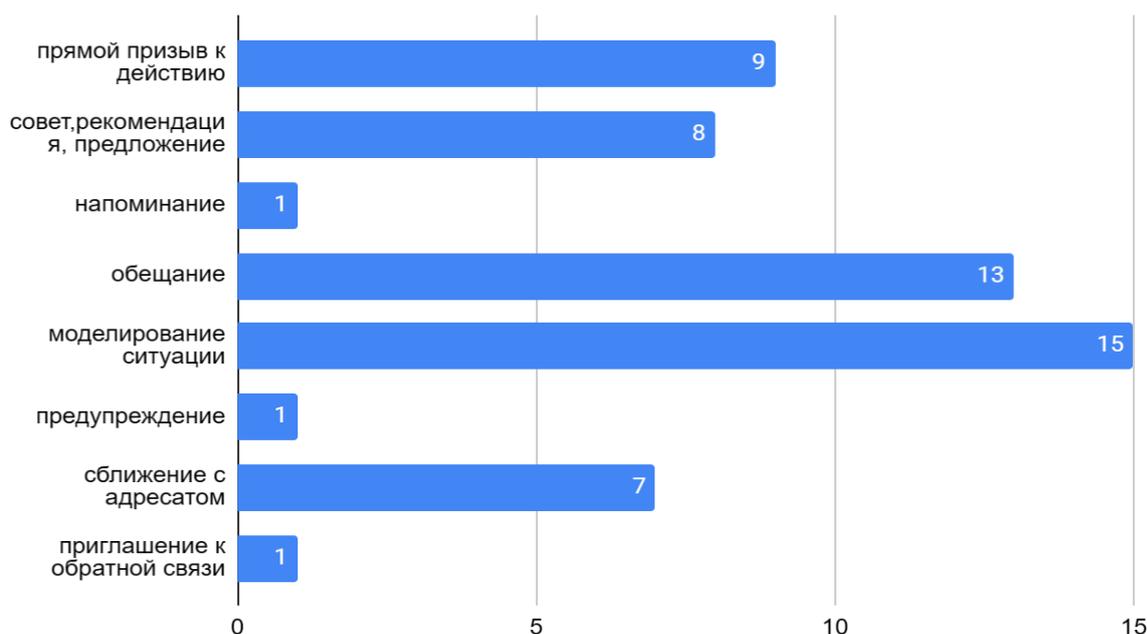


Рис. 2. Тактики макростратегии побуждения в туристическом интернет-портале Spain Info

На основе анализа коммуникативных стилей общения, предложенного А. П. Садохиным, мы можем полагать, что практическая выраженность рекомендаций в портале Russia Travel для потенциального туриста обуславливается характером русского человека, отличающимся гостеприимством, желанием позаботиться заранее, искренностью намерений [7]. Также исследователи Ю. Е. Прохоров и И. А. Стернин утверждают, что русских людей характеризует высокая информированность и готовность делиться этой информацией, в рамках самопрезентации характеризует сдержанность, по этой причине использование языковых средств выразительности по сравнению с испанским интернет-порталом скромнее [6]. Ярко выражено отличие в местоимённых формах обращения к читателю в интернет-порталах. Так, в Russia Travel чаще используется местоимение «Вы», когда в Spain Info обращение выражается местоимением «ты». Это различие также можно объяснить по типологии культур Г. Хофстеде в рамках «дистанции власти», где по этому показателю Испания имеет 57 пунктов, Россия – 93 пункта [15].

Таким образом, в ходе исследования были выявлены тактики макростратегии побуждения в туристическом дискурсе России и Испании. Реализация тактик и отличие в их использовании и выборе языковых средств обусловлены национальными особенностями коммуникативного поведения.

### Список литературы

1. Зорина А. В., Амирханова К. М., Хамдеева Д. Р. Стилистические особенности туристического дискурса (на примере англоязычного сайта visitlondon. Com) [Электронный ресурс] // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stilisticheskie-osobennosti-turisticheskogo-diskursa-na-primere-angloyazychnogo-sayta-visitlondon-com> (дата обращения: 10.05.2022).
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
3. Колесниченко В. Л. К вопросу об особенностях вербального и невербального коммуникативного поведения представителей английской и испанской лингвокультур [Электронный ресурс] // Труды Международ. науч.-практич. интернет-конференции «Преподаватель высшей школы в XXI веке». Сб. 7. Ростов н/Д., 2009. URL: <https://dogmon.org/prosu-ob-osobennostyah-verbalenogo-i-neverbalenogo-kommunikati.html> (дата обращения: 16.01.2023).
4. Новикова Э. Ю. Жанровые, ценностные и транслатологические характеристики международного туристического дискурса в немецкой и русской лингвокультурах // Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. Волгоград, 2018. 497 с. URL: [https://bashedu.ru/sites/default/files/dissovets\\_files/disrab/dissertaciya\\_novikovoy\\_e.yu\\_.pdf?ysclid=lerwd3wkmt123345790](https://bashedu.ru/sites/default/files/dissovets_files/disrab/dissertaciya_novikovoy_e.yu_.pdf?ysclid=lerwd3wkmt123345790) (дата обращения: 02.05.2022).
5. Погодаева С. А. Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2008. 20 с.
6. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение Москва, Издательство «Флинта» Издательство «Наука», 2006. [Электронный ресурс]. URL: [Russkie\\_Kommunikativnoe\\_povedenie\\_2006.pdf](https://yandex.ru/document/collector/Russkie_Kommunikativnoe_povedenie_2006.pdf) - Яндекс.Документы (yandex.ru) (дата обращения: 16.01.2023).
7. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие М.: КНОРУС, 2014. 254 с.

8. Сакаева Л. Р., Базарова Л. В. Понятия «дискурс» и «туристический дискурс» в современной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 6. С. 159–161.

9. Стернин И. А. Основы речевого воздействия [Электронный ресурс]. Воронеж: «Истоки», 2012. 178 с. URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Osnovi\\_rechevogo\\_vozdeistviya2013.pdf?ysclid=lebf92viou40997563](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Osnovi_rechevogo_vozdeistviya2013.pdf?ysclid=lebf92viou40997563) (дата обращения: 05.01.2023).

10. Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса [Электронный ресурс] // Rhema. Рема. 2012. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovое-prostranstvo-turisticheskogo-diskursa> (дата обращения: 19.04.2022).

11. Филатова Н. В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистических аспектах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2014. 24 с.

12. Vestito C. Tourism discourse and the representation of Italy: a critical analysis of English guidebooks [Electronic resource]. URL: [http://www.fedoa.unina.it/2780/1/Vestito\\_Lingua\\_Inglese.Pdf](http://www.fedoa.unina.it/2780/1/Vestito_Lingua_Inglese.Pdf) (дата обращения: 15.03.2022).

13. Интернет-портал Russia Travel [Электронный ресурс]. URL: <https://russia.travel/> (дата обращения: 25.09.2022).

14. Интернет-портал Spain Info [Электронный ресурс]. URL: <https://www.spain.info/es/> (дата обращения: 25.09.2022).

15. Сравнительная диаграмма стран по классификации Г. Хофстеде [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/> (дата обращения: 17.01.2023).

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.

Научная статья

УДК 801.00.00

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/43-48>

## ОСОБЕННОСТИ ФОНЕТИЧЕСКОЙ ВАРИАТИВНОСТИ В УСЛОВИЯХ АНГЛО-КОРЕЙСКОГО БИЛИНГВИЗМА

**Нелли Михайловна Запорожская**

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия,  
кандидат филологических наук, доцент, [zaporozhskaya.nm@dvfu.ru](mailto:zaporozhskaya.nm@dvfu.ru)

**Аннотация.** В статье описываются особенности корейской региональной разновидности английского языка. Особое внимание уделяется просодической интерференции, возникающей при контакте английского и корейского языков. Рассматриваются особенности слоговой структуры, фразовой выделенности и речевого ритма в английской речи дикторов-корейцев вне естественной языковой среды.

**Ключевые слова:** фонетическая вариативность, искусственный билингвизм, интерференция, корейский английский.

**Для цитирования:** Запорожская Н. М. Особенности фонетической вариативности в условиях англо-корейского билингвизма // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 43–48. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/43-48>.

Original article

## PECULIARITIES OF PHONETIC VARIATION IN ENGLISH-KOREAN BILINGUALISM

**Nellie M. Zaporozhskaya**

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia,

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, [zaporozhskaya.nm@dvfu.ru](mailto:zaporozhskaya.nm@dvfu.ru)

**Abstract.** The article addresses the issue of the Korean variety of the English language. Special attention is paid to prosodic transfer appearing in contact of English and Korean. Such peculiarities as English syllable structure, phrasal accentuation and speech rhythm in realization by Koreans beyond their linguistic environment are under review.

**Key words:** phonetic variation, artificial bilingualism, transfer, Korean English.

**For citation:** Zaporozhskaya N. M. Peculiarities of Phonetic Variation in English-Korean Bilingualism // Far Eastern Philological Journal 2023. V. 1, № 2. P. 43–48. (In Russ.) <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/43-48>.

Проблемы фонетической вариативности, возникающие в условиях языкового контакта, традиционно рассматриваются с позиций контактной лингвистики, вариантологии и

билингвологии [1; 4; 2]. Распространение англоязычного билингвизма претерпевает значительные изменения, связанные со всемирной глобализацией, которая имеет как положительные, так и отрицательные стороны. С одной стороны, взаимодействие между странами ведет к неизбежному контакту языков и стимулирует мировой прогресс. С другой стороны, национальная культура может утратить свои национальные ценности и их унификацию. Как правило, степень и границы языкового контакта, определяет общество.

В условиях глобального распространения английского языка (АЯ) в современном мире мультилингвокультурное пространство АТР, и, в частности, Восточной Азии, формируется автохтонными языками, приграничными пиджинами, а также региональными и локальными вариантами английского языка [3]. Региональное варьирование английского языка является неотъемлемым атрибутом межкультурной коммуникации на английском языке-посреднике между представителями стран Восточной Азии и России. Поскольку деловые и культурные контакты на международном уровне осуществляются на территории Дальнего Востока как на русском, так и на языках стран-партнеров, создание условий эффективного диалога между российскими гражданами и представителями стран соседних регионов, таких как Китай, Корея и Япония, является актуальным. Однако, в случае участия более двух сторон, переговоры ведутся традиционно на лингва-франка, т. е. английском языке. Именно благодаря лингва-франка сегодня возможно общение россиян с представителями западной и восточной культур. В то же время региональные особенности мировых разновидностей английского языка зачастую приводят к нежелательным результатам, создавая серьезные проблемы восприятия. К таким проблемам можно отнести явления фонетической интерференции, рассматриваемые нами в качестве отрицательного переноса языковых черт родного языка в изучаемый. Выход за пределы допустимого фонетического варьирования неминуемо ведёт к нарушению адекватности восприятия речевого сообщения.

На основании исследования восточноазиатских вариантов английского языка установлено, что сегментные характеристики представляют собой менее опасные зоны отрицательного воздействия языков друг на друга при языковых контактах. Значительно большую опасность для успешной коммуникации представляют супraseгментные характеристики контактирующих языков. В проведенном исследовании по просодии английской фразы в корейской региональной разновидности английского языка обнаружено, что корейский язык (КорЯ) не является гомогенным с позиции его просодической структуры, так как он имеет отличительные характеристики в плане фразовой выделенности, слоговой структуры и ритма.

Типологические отличия просодических систем английского и корейского языков на уровне слова (природа, функции и тип ударения) приводят к трансформациям акцентно-ритмических схем (АРС) слова на АЯ (вследствие переноса локализации ударения, появления избыточного ударения, нередко на фоне слоговой перестройки), в результате чего одна лексико-семантическая единица АЯ может иметь несколько вариантов фонетической реализации в речи корейских билингвов.

Практически во всех реализациях английской фразы носителями КорЯ существует тенденция увеличения длительности слогов за счет вставки гласного элемента, то есть имеет место нарушение сегментной организации слова. Поскольку наличие консонантных кластеров не свойственно КорЯ, при произнесении иностранных слов стечение согласных преодолевается путем вставки гласного [ш] между согласными, а в конце слова – прибавлением этого гласного. Гласный [ш] является гласным среднего ряда, высокого подъема, по звучанию напоминает русский гласный [Ы] [5, с. 55].

Так, например, реализация сложных начальнo- и конечнослоговых консонантных сочетаний, характерных для АЯ, вызывает определенные трудности у носителей КорЯ, в котором

подобные сочетания недопустимы. При возникновении такого рода затруднений наиболее типичной реакцией носителя восточноазиатского языка, а в нашем случае корейского, на непривычные для него последовательности фонем является плюс-сегментация, то есть увеличение сегментов в слове. Рассмотрим некоторые примеры некорректной реализации слов и словосочетаний английского языка корейцами, в которых были зафиксированы единичные случаи плюс-сегментации:

- в начальной позиции: **g**listened [gwɪlɪsənd], **s**poilt [supɔɪlt];
- в слоге, ядром которого является сонант: **cattle** [kætɹɪ], **distribution** [dɪstrɪ'bju:ʃɪn];
- в середине слова: **e**xactly [ɪg'zækɹɪtli], **s**ubstitute ['slʌbɪ-'stɪtju:t], **h**usband ['hʌzɹɪbənd];
- в конечной позиции: **contact** ['kɒn'tækt], **move** ['mu:vɪ], **orange** ['ɔ:rɪndʒɪ];
- на стыке слов в словосочетании: **much to be** ['mʌʃɪ tə bi:], **sit down** ['sɪtɹɪ 'daʊn].

В рассматриваемых примерах первый согласный консонантного сочетания образует с эпентетическим гласным отдельный слог открытого типа, а оставшийся согласный реализуется как начальный элемент последующего слога. Наиболее частотными можно признать короткие APC (типа 1/1, 2/2, 2/1) и их комбинации в случае реализации многосложного слова за счёт появления дополнительного ударения на втором или третьем слоге в составе слова. Особым признаком акцентной вариативности в корейском варианте АЯ выступает паузация на стыке слогов внутри слова (прим. substitute ['slʌbɪ-'stɪtju:t]).

Случаи минус-сегментации, т. е. уменьшение числа фонем в слоге наблюдаются, как правило, при реализации исконно закрытых слогов АЯ, при этом опускается один или несколько конечнослоговых согласных звуков. Например, precisely [prɪsɪɪli]. Минус-сегментации в виде сокращения количества слогов в слове представляет собой более редкое явление в речи носителей корейского языка. Чаще всего слоговая минус-сегментация встречается в словах, имеющих в своем составе вокалические сочетания на стыке слогов (типа triangle /'traɪ.æŋ.ɡl/, proactive /,prəʊ'æk.tɪv/, etc), а также в словах, содержащих в своем составе слоги, ядром которых является сонант (типа castle /'kɑ:.sl/, middle //'mɪd.l/, etc). Можно констатировать также, что явления плюс- и минус-сегментации влекут за собой модификации на уровне синтагмы (фразы): вставка гласного элемента в начале, середине или исходе слова, равно как и опущение слогов неизбежно влияют на общий количественно-слоговой состав и просодический рисунок речевых единиц большей протяжённости.

Ритмический метаморфизм на уровне фразы в английской речи носителей корейского языка обусловлен типологическими различиями ритма контактирующих языков. В отличие от тактосчитающего ритма АЯ, признаками которого является временное выравнивание междарных интервалов за счёт сокращения длительности безударных слогов, ритмическая организация корейского языка тяготеет к слогосчитающему типу, основанному на уравнивании слогов по длительности. Привнесение ритмических признаков родного языка во фразу АЯ корейскими билингвами приводит к изменению локализации фразового ударения, малой компрессии и вариативности длительности «безударных» слогов, чрезмерной дробности просодического членения за счёт формирования большего количества фонетических слов и появления внутрисинтагменных, часто – внутрисловесных пауз. Акустически подобная просодическая организация фразы воспринимается как темпо-ритмическая «монотонность». Интонационная выделенность слова во фразе в АЯ достигается, прежде всего, изменением высоты основного тона, в то время как в КорЯ – длительностью и интенсивностью. Несоответствие просодических и интонационных маркеров на уровне фразы и перенос указанных интонационных признаков родного языка приводят к модификации интонационного контура с характерной максимальной сглаженностью мелодического рисунка в английской речи корейцев.

В реализации английских фраз дикторами-корейцами зачастую фиксировались случаи нахождения интонационного центра высказывания на последнем слоге синтагмы (с увеличением его просодических характеристик, таких как длительность, ЧОТ и интенсивность) в отличие от эталонной фразы, для которой характерно появление дополнительных безударных слогов, выступающих в роли энклитик в конце синтагмы/фразы. Отметим, что энклитические слоги в английской синтагме/фразе произносятся максимально слитно, с высокой степенью компрессии в отличие от английской речи корейцев, которая характеризуется бóльшим числом ударных слогов в синтагме/фразе. Таким образом, ритмическая изохронность английской фразы нарушается по причине акцентного произнесения безударных слогов/слов, и, как следствие, происходит трансформация временного контура фразы в сторону его увеличения. Перцептивно ритм рассматриваемой фразы в реализации ее диктором-носителем КорЯ характеризуется выраженной слогосчитающей тенденцией, которая свойственна корейскому речевому ритму. Данное явление заставляет нас констатировать, что речь носителей корейского языка характеризуется переносом навыков акцентуации и ритмизации при производстве английских фраз.

Кроме того, в реализации английских синтагм дикторами-американцами, как правило, имеет место один акцентный центр – слог, несущий синтагматическое ударение, к которому интонационно тяготеют остальные безударные и слабоударные слоги. Следовательно, для эталонного варианта характерна синтагма с одним акцентным центром в отличие от английской фразы, реализованной дикторами-корейцами, для которой типичными являются многовершинные синтагмы, характеризующиеся менее четкой интонационной организацией в силу своей многовершинной акцентной структуры.

Сравните, например, графики осциллограмм, интенсивности, ЧОТ и спектрограмм фразы: *Rosemary had been married two years* в реализации диктора-носителя АЯ и диктора-носителя КорЯ.

Диктор-носитель АЯ:

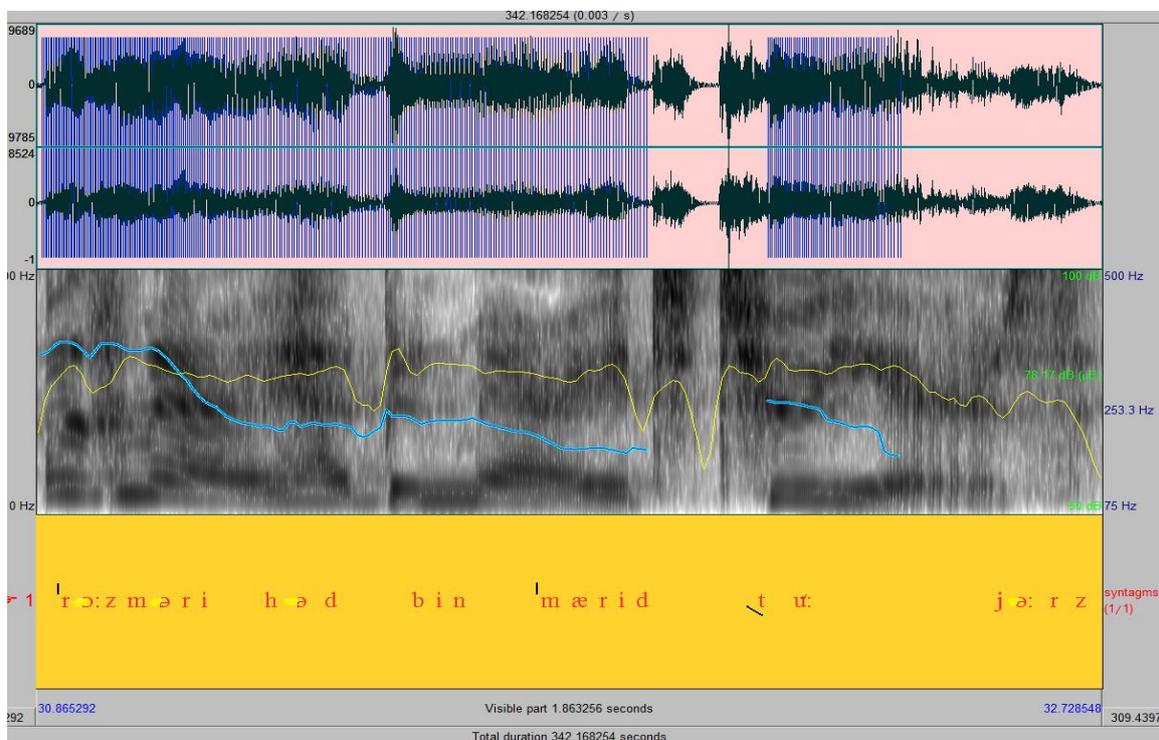


Рис. 1. Акустические характеристики фразы *Rosemary had been married two years* в реализации диктора-носителя АЯ

Диктор-носитель КорЯ:

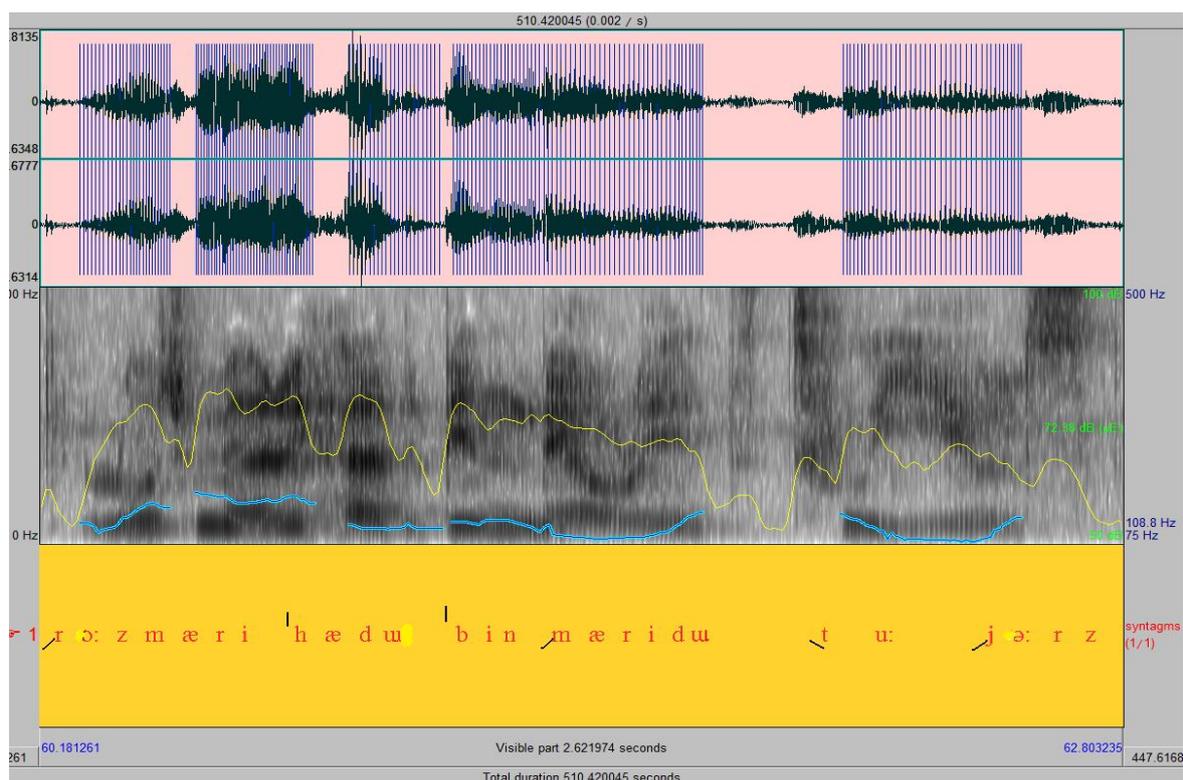


Рис. 2. Акустические характеристики фразы *Rosemary had been married two years* в реализации диктора-носителя КорЯ

Анализ фонетических особенностей корейского варианта АЯ позволяет сделать ряд выводов. На сегментном уровне акцентная речь корейцев характеризуется наличием явлений плюс-сегментации и минус-сегментации, а также отсутствием количественной и качественной редукции гласных безударных слогов. На супraseгментном уровне при синтагматическом членении английских фраз различной протяжённости носители корейского языка используют аналитическую модель развёртывания полисинтагменных английских фраз. Усложнение акцентно-ритмической и синтаксической организации фразы вызывает большее интерференционное влияние просодии корейского языка в английский язык, что проявляется в увеличении количества синтагм, тождественных двух- трёхсложным и четырёхсложным ритмическим образованиям, разделённым паузой. К типичным нарушениям просодического оформления английских фраз в речи носителей корейского языка можно отнести: акцентуацию безударных слогов в слове и служебных слов во фразе; появление хезитаций; создание дополнительных акцентных вершин в результате некорректной реализации синтагматического ударения; увеличение длительности звучания английских синтагм/фраз в реализации носителей корейского языка по сравнению с реализациями тех же синтагм/фраз носителями АЯ. Это позволяет констатировать, что темпоральные характеристики, значимые для родной речи представителей корейского языка, являются в той же мере характерными и для построения высказывания на английском языке.

### Список литературы

1. *Абрамова И.Е.* Фонетическая вариативность в условиях искусственного билингвизма: автореф... дис. д-ра филол. наук. СПб.: 2013. 42 с.
2. *Багана Ж.* Контактная лингвистика: взаимодействие языков и билингвизм / Ж. Багана, Е. В. Хапилина. 2-е изд., стер. Москва: Флинта, 2021. 126 с.
3. *Завьялова В.Л.* Звуковой строй английского языка Восточной Азии: концепция регионального фонетического варьирования: автореф... дис. д-ра филол. наук. М.: 2018. 43 с.
4. *Прошина З.Г.* Контактная вариантология английского языка: Проблемы теории. World Englishes Paradigm: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2017. 208 с.
5. *Уютова Е.В.* Слово-ритмическая структура английской речи носителей корейского языка: дис. ... канд. филол. наук. Владивосток, 2004. 244 с.

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.

Научная статья

УДК 801.001

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/49-55>

## ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КИТАЙСКИХ ПОСЛОВИЦ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ КИТАЯ

**Ирина Николаевна Кохан**

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия,

кандидат филологических наук, доцент, kokhan-in@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5408-3310>

**Аннотация.** Исследование посвящено анализу прагматических особенностей функционирования китайских пословиц в контексте межкультурного взаимодействия Китая с миром посредством англоязычных китайских СМИ. Цель исследования – изучение этнических пословиц и поговорок, цитируемых в СМИ Китая как средства воздействия на англоязычного читателя. Анализируются особенности передачи и функционирования пословиц в англоязычных китайских СМИ, прагматические стратегии, для реализации которых используются пословицы.

**Ключевые слова:** пословица, межкультурная прагматика, дискурс, прагматическая стратегия, прагматическая тактика, прагматический прием.

**Для цитирования:** Кохан И. Н. Прагматический потенциал китайских пословиц в англоязычных СМИ Китая // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 49–55. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/49-55>.

Original article

## PRAGMATIC POTENTIAL OF THE CHINESE PROVERBS IN CHINESE MEDIA PUBLISHED IN ENGLISH

**Irina N. Kokhan**

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia,

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, kokhan-in@dvfu.ru,

<https://orcid.org/0000-0002-5408-3310>

**Abstract.** The study is devoted to the pragmatic peculiarities analysis of the Chinese proverbs functioning in the context of China's intercultural interaction with the world through the Chinese media published in English. The frequent use of ethnic proverbs by Chinese journalists is seen not only as a reflection of the national worldview specifics, but also as a means of additional influence on the English-speaking reader. The features of the translation and functioning proverbs in the English-language Chinese media, pragmatic strategies for the implementation of certain proverbs used are analyzed.

**Keywords:** proverb, cross-cultural pragmatics, discourse, pragmatic strategy, pragmatic tactics, pragmatic methods.

**For citation:** Kokhan I. N. Pragmatic potential of the Chinese proverbs in Chinese mass media published in English // *Far Eastern Philological Journal* 2023. V. 2, № 2. P. 49–55. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/49-55>.

Настоящая статья посвящается анализу прагматического потенциала китайских пословиц в контексте межкультурного взаимодействия Китая с миром посредством англоязычных китайских СМИ. Актуальность такого исследования обусловлена современными тенденциями в изучении взаимодействия языков и культур. Видится, что в рамках современной политической и экономической ситуации в мире, средства массовой информации (к которым мы в данном исследовании относим электронные и печатные газеты, журналы, блоги) выступают в качестве своеобразного инструмента влияния на общественное мнение.

С позиций теории межкультурной прагматики пословицы представляют особый интерес при рассмотрении такого явления, как англоязычный массмедийный дискурс Китая [1; 2; 4; 9; 10]. СМИ Китая в большинстве своем являются государственными и подчиняются требованиям Коммунистической Партии Китая (КПК) [5; 7; 12]. Таким образом, мы можем заключить, что вся представленная в китайских СМИ информация проходит проверку и несет в себе определенный посыл, идеи, отражающие генерализированный взгляд Китая на события как внутри страны, так и на международной арене.

Особый интерес в этой связи вызывают англоязычные СМИ Китая, направленные, в первую очередь, на иноязычного читателя. Представляется, что в англоязычных статьях также заложен более глубокий смысл, чем может показаться на первый взгляд. В противовес культуре Запада, для культуры Китая характерно завуалированное представление информации, обращение к различным образам, метафорам, иносказаниям [3; 6]. В рамках настоящего исследования особо отметим обилие эмпирического материала, т. е. значительное количество этнических китайских пословиц в англоязычном дискурсе китайских СМИ. Обращение к элементам народного творчества несет в себе определенный прагматический смысл. Таким образом, объектом данного исследования выступают китайские пословицы, функционирующие в англоязычном дискурсе СМИ Китая.

Предметом исследования являются функционально-прагматические аспекты пословиц в китайских СМИ на английском языке. Цель исследования состоит в определении закономерностей функционирования китайских пословиц в англоязычном дискурсе китайских средств массовой информации с позиций межкультурной прагматики. Среди задач важнейшими являются выявление способов передачи пословиц, установление прагматических функций и стратегий, реализуемых этническими пословицами в англоязычных СМИ Китая.

Отметим, что понятие пословицы имеет достаточно размытые границы в китайской фольклористике. Классически, принято выделять такие единицы как: 成语 («Чэньюй»: идиомы), 歇后语 («Сехоуэй»: недоговорки-иносказания); 惯用语 («Гуаньюньюй»: фразеологические сочетания), 俗语 («Суэйюй»: поговорки), 格言 («Гыень»: афоризмы, цитаты), 警句 («Цзинцзю»: отточенные фразы), 奇说 («Тишуо»: странные речения, парадоксы, суждения) [9, с. 235].

В китайских англоязычных СМИ нам встретились такие сочетания, как «Chinese proverb», «Chinese saying», «Chinese wisdom». С опорой на труды О. В. Николаева, Чень Шумэй, М. Е. Панина [6; 9; 10] мы оставим за собой право обобщенно называть анализируемые фольклорные единицы пословицами. Таким образом, материалом для настоящего исследования

послужили китайские пословицы, функционирующие в современном дискурсе англоязычных СМИ Китая.

Общее количество проанализированных фрагментов англоязычного массмедийного дискурса Китая составило 179 статей. Отбор проводился методом сплошной выборки пословиц из электронных версий англоязычных китайских СМИ в период с 2002 по 2022 гг. по ключевым словам (Chinese proverb / saying / wisdom / idiom). Все англоязычные версии китайских пословиц верифицировались по словарям китайских пословичных единиц [12; 13; 20].

Проведенный анализ выявил, что самыми многочисленными способами передачи этнических пословиц в англоязычных СМИ Китая являются дословный перевод, введение англоязычного эквивалента или близкого аналога, свободная передача смысла, и комбинирование нескольких способов одновременно. Рассмотрим некоторые из наиболее употребительных способов.

Иллюстрацией обращения к дословному переводу может выступать пословица *To forge iron, one must be strong* функционирующая в статье, посвященной борьбе с коррупцией в органах власти Китая: «**To forge iron, one must be strong**», Xi said, citing a traditional Chinese proverb to underline the Party's resolve to become corruption-free» [21] // «**Чтобы ковать железо, нужна сила!**» – заявил Си, процитировав традиционную китайскую пословицу, чтобы подчеркнуть намерение Партии искоренить коррупцию» (Здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Прим. И. К.).

Отраженные в приведенной пословице общепонятные образы, исторически сложившиеся ценности китайского народа и глубокий смысл, возникающий как актуализация собственного значения пословицы на фоне злободневной проблемы – все это направлено на создание посредством пословицы эффективного приема усиления прагматической интенции убеждения.

Значительное количество примеров обнаруживает такой способ передачи, как комбинирование нескольких процедур одновременно. Одним из таких способов является сочетание «китайского оригинала + дословного перевода изречения + цитирования английского эквивалента + свободная передача смысла». Так пословица *Speak of Cao Cao and he appears* функционирует в статье, посвященной обнаружению гробницы Цао Цао, и апеллирует к образу реального человека:

«**Speak of Cao Cao and he appears**» (说曹操，曹操到) is the equivalent of «*Speak of the devil*» in English. The well-known historical fiction, «*The Romance of Three Kingdoms*» secured his position as a villain in Chinese literature» [18] // Китайская пословица «**Вспомни о Цао Цао, и он появится**» это эквивалент английского «*Помяни черта, и он появится*». Знаменитый роман «Троецарствие» закрепил за ним образ злодея в китайской литературе.

Мы полагаем, что помимо китайского оригинала и дословного перевода (*Speak of Cao Cao and he appears*) на английский язык, автор статьи также приводит англоязычный эквивалент (*Speak of the devil*) и краткую справку (толкование семантики пословицы – *a villain in Chinese literature*), стремясь в полной мере донести до иноязычного читателя смысл как изречения, так и всего содержания статьи.

При работе с материалом нами была отмечена высокая лингвокультурная вариативность этнических пословиц, проявляющаяся в языковом, дискурсивном и социокультурном аспекте (см. табл.).

Вариативность в языковом аспекте заключается в обращении к различным языковым средствам передачи. Так, при цитировании высказывания Президента КНР Си Цзиньпина на встрече государств-членов БРИКС, в статье одного издания фигурирует лексема «братья»,

которая близка по языковой реализации к оригиналу, а в статье другого издания мы видим вариацию, где актуализирован образ соседа, что более соответствует тематике сообщения.

### Лингвокультурная вариативность китайских пословиц в англоязычных СМИ Китая

Языковая вариативность	兄弟齐心，其利断金 Единодушие <b>братьев</b> крепче стали	When <b>brothers</b> are united, their sharpness can break metal [22]	When <b>neighbors</b> are together, their strength can break metal [14]
Дискурсивная вариативность	过了 <b>腊八</b> 就是年 Когда придет <b>Лаба</b> , праздник весны уже не за горами	<u>Внутренняя тематика</u> If <b>Laba Festival</b> comes, can winter be far behind? [16]	<u>Внешняя тематика</u> If <b>the spring</b> comes, can winter be far behind? [17]
Социокультурная вариативность	如果您有 <b>两枚硬</b> ，请在面包上花费一枚，在花上花费一枚 Если у тебя есть <b>две монеты</b> , потрать одну на хлеб, а вторую на цветок <...>	If you have <b>two pennies</b> , spend one on a <b>loaf</b> and one on a <b>flower</b> [19] Penny – англоязычный образ Loaf and flower – китайские образы	

Вариативность в *дискурсивном аспекте* заключается в обращении к исконно китайским образам в статьях, освещающих внутренние дела, и к образам, более близким англоязычному читателю, в статьях международной тематики. Так, в статье, посвященной внутренним делам Китая, фигурирует пословица с дословным переводом слова Лаба, то есть календарного праздника конца зимы. В статье международной тематики незнакомый англоязычному читателю образ Лаба был заменен на более знакомый образ весны.

Вариативность в *социокультурном аспекте* проявляется в свободной замене образов, (т. е. соединении китайских и англоязычных образов в рамках одной пословицы). Так, в представленном в таблице примере соединяются знакомый англоязычному читателю образ монеты пенни, китайские образы хлеба как символа жизни, и цветка как символа красоты.

Далее был проведен анализ прагматических стратегий и функций [8], реализуемых посредством этнических пословиц в дискурсе англоязычных СМИ Китая, в ходе которого было выявлено, что ведущими являются стратегии установления положительной модальности и управления конфликтогенными ситуациями.

Отметим выявленное нами различие в функциональной интенциональности пословиц в зависимости от прагматической стратегии. Так, мы полагаем, что в рамках реализации стратегии установления положительной модальности пословицы выступают с функцией солидаризации с мнением других участников ситуации, и с функцией отождествления позиции автора с общенациональной точкой зрения. В рамках реализации стратегии управления конфликтогенными ситуациями пословицы, по нашему мнению, функционально акцентируют мягкую дискредитацию оппонента и защиту государственных интересов Китая.

Рассмотрим пример обращения к пословице как приему стратегии установления положительной модальности. Так, в статье, посвященной выборам Президента США 2016 года, фигурирует поговорка *women hold up half the sky*:

«*And having a woman in the White House, instead of a misogynist will prove that <...> «women hold up half the sky». And it will give hope to girls in China and elsewhere that their dreams can be limitless, and they can aim for the stars» [15]// А правление женщины в Белом Доме вместо женоненавистника докажет, что <...> «женщины держат половину неба». И это даст надежду девочкам в Китае и во всем мире, что их мечты безграничны, и они могут стремиться к звездам.*

Солидаризация с мнением других участников описываемой ситуации обнаруживается в том, что автор в соответствии с международной обстановкой и позицией Китая, активно поощряет выдвижение женщины на пост президента США.

Примером пословицы, реализующей стратегию управления конфликтогенными ситуациями, выступает *It's like fishing the moon out of the water*, которая фигурирует в рамках статьи, посвященной взаимоотношениям Китая и Японии в рыбодобывающей отрасли:

«*It's like fishing the moon out of the water» said Zhou, quoting the Chinese proverb used to describe efforts made in vain. It takes at least three years to create a business like that» [23] // «Словно ловишь луну в воде» – заявил Чжоу, цитируя китайскую пословицу, описывающую бессмысленность действий (Японии). Нужно как минимум три года, чтобы создать бизнес, подобный этому.*

Цель обращения к пословице в контексте нашего исследования заключается в мягкой критике действий японцев и выражении гордости за собственные достижения. Пословица выступает приемом дискредитации оппонента. При помощи элемента народного фольклора, с одной стороны, доказываемся значимость усилий, прилагаемых китайцами в ходе работы, а с другой, критикуется обесценивание этих трудов японцами.

Проведенное исследование прагматической роли китайских пословиц в англоязычных СМИ Китая позволило прийти к следующему выводу: обращение к тому или иному способу передачи пословиц контекстуально обусловлено и зависит от прагматических стратегий, для реализации которых привлекаются элементы народного творчества. Выявлено, что китайским пословицам в англоязычном дискурсе китайских СМИ свойственна обусловленная англоязычной средой широкая лингвокультурная вариативность, предполагающая языковую, дискурсивную и социокультурную изменчивость. Функционирование пословиц в дискурсе англоязычных СМИ Китая обусловлено совокупностью лингвистических и экстралингвистических особенностей контекста статей. Отличительной чертой пословиц является их полифункциональность. Обобщение результатов исследования потенциала этнических пословиц в дискурсе англоязычных СМИ Китая в ракурсе межкультурной прагматики позволило заключить, что пословицы, цитируемые в СМИ, могут выступать в качестве приема воздействия на англоязычного читателя, актуализируя китайскую национальную идентичность, а также завуалированно предлагая мнение Китая в отношении освещаемых событий.

### Список литературы

1. *Бабиян Т. В.* Пословицы и поговорки как средства репрезентации лингвокультурных реалий // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 10–2 (76). С. 48–50.
2. *Барчукова К. В.* Фразеология в китайском языке // Молодой ученый. 2015. № 18. С. 514–517.
3. *Ван В.* Лингвокультурологическая интерпретация терминов родства по данным речи // Физика. Технологии. Инновации: Сборник научных трудов Уральского федерального университета, Екатеринбург, 2015. Вып. 1. С. 289–296.

4. Ван Г. Активные процессы в лексике современного китайского языка // *Academy*. 2016. № 6 (9). С. 80–82.
5. Ван С. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае // *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 12. Социология*. 2015. № 1. С. 155–160.
6. *Ветров П. П.* Фразеология современного китайского языка: синтаксис и стилистика. М.: Восточная книга, 2007. 368 с.
7. Лю Д., Хэй Х. Текущая ситуация и политика международной коммуникации китайского имиджа / Чжунго синсян: Чжунго гоцзя синсяндэ гоцзи чуаньбо сианьчуан юй дуйцэ. Пекин: Изд-во Китайского университета коммуникации, 2006. 206 с.
8. *Моисеева И. Ю., Чудина Е. В.* Прагматические функции пословиц и поговорок // *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2004. № 11. С. 170–172.
9. *Николаева О. В., Шумэй Чень, Панина М. Е.* Кросс-культурная паремиялогия: китайские пословицы и поговорки в англоязычных китайских СМИ // *Сибирский филологический журнал*. 2017. № 3. С. 233–247
10. *Николаева О. В., Кохан И. Н.* Речетворчество и лингвокреативность в дискурсе англоязычных китайских СМИ // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2021. № 11. С. 3514–3519.
11. *Цзе Ч.* Продвижение положительного имиджа Китая в традиционных СМИ и медиа нового типа // *Медиаскоп*. 2018. Вып. 2. URL: <http://www.mediascore.ru/2449> (дата обращения: 08.07.2022).
12. *Bangyan Y.* A Dictionary of Chinese Proverbs and Maxims with English Translation. China: Shanghai Foreign Languages Education Press, 2015. 1067 p.
13. *Chengyu: 100 Common Chinese Idioms: Illustrated with Pinyin and Stories*. USA: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. 106 p.
14. *China-LAC Cooperation Does Not Target Anyone: FM* // *The China Daily*, 08.03.2018. URL: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201803/08/WS5aa0f195a3106e7dcc1406f9.html> (дата обращения: 08.07.2022).
15. *Dzodin H.* Hawkish Hillary or Unpredictable Trump: Choice China Faces // *The China Daily*, 13.10.2016. URL: [http://www.chinadaily.com.cn/opinion/2016-10/13/content\\_27052115\\_2.htm](http://www.chinadaily.com.cn/opinion/2016-10/13/content_27052115_2.htm) (дата обращения: 08.07.2022).
16. *Hu Yijun.* Begin with laba// *The China Daily*, 06.01.2012. URL: [http://usa.chinadaily.com.cn/weekly/2012-01/06/content\\_14390313.htm](http://usa.chinadaily.com.cn/weekly/2012-01/06/content_14390313.htm) (дата обращения: 08.07.2022).
17. *Huaxia.* Across China: China sees winter sports boom around Spring Festival // *Xinhua*, 06.02.2022. URL: <https://english.news.cn/20220206/1b3b1ec573fc4673a7efed689c5067b9/c.html> (дата обращения: 08.07.2022).
18. *Li X.* Tomb of Cao Cao, Early Ruler, Is Found // *The Shanghai Daily*, 28.12.2009. URL: <http://www.shanghaidaily.com/nation/Tomb-of-Cao-Cao-early-ruler-is-found/shdaily.shtml> (дата обращения: 08.07.2022).
19. *Lia Zhu.* Flower Power goes back past 1967 // *The China Daily*, 16.06.2017. URL: [http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2017-06/16/content\\_29770548.htm](http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2017-06/16/content_29770548.htm) (дата обращения: 08.07.2022).
20. *Scarborough W.* Collection of the Chinese Proverbs Translated and Arranged. London: Truebner and Co., 1875, 532 p. URL: <http://library.umac.mo/ebooks/b26028347.pdf> (дата обращения: 08.07.2022).

21. *Xi Urges Confidence in Overcoming Corruption* // The China Daily, 13.01.2016. URL: [https://www.chinadaily.com.cn/china/2016-01/13/content\\_23055997.htm](https://www.chinadaily.com.cn/china/2016-01/13/content_23055997.htm) (дата обращения: 08.07.2022).

22. *Xiamen Summit to Bring BRICS Members Closer* // Xinhuanet, 18.08.2017. URL: [http://news.xinhuanet.com/english/2017-08/18/c\\_136537394.htm](http://news.xinhuanet.com/english/2017-08/18/c_136537394.htm) (дата обращения: 08.07.2022).

23. *Xu J. A Delicate Masterpiece* // The China Daily, 05.05.2017. URL: [http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2017-05/05/content\\_29220016.htm](http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2017-05/05/content_29220016.htm) (дата обращения: 08.07.2022).

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.

Научная статья

УДК 811.112.2

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/56-60>

**СЦЕНИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ  
ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ  
(НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ ЯЗЫКОВОГО КУРСА  
ДЛЯ ДЕТЕЙ «ТЕАТР НА НЕМЕЦКОМ»)**

**Анастасия Валерьевна Неупокоева**

Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Россия,

кандидат филологических наук, доцент, [pertschuk@mail.ru](mailto:pertschuk@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена современной методике обучения иностранному языку, в основе которой лежат элементы театральной педагогики. На примере личного опыта автор раскрывает дидактический потенциал сценической интерпретации в работе с участниками летнего курса «Театр на немецком».

**Ключевые слова:** театральные методы, обучение иностранному языку, сценическая интерпретация, театральная постановка, немецкий язык.

**Для цитирования:** Неупокоева А. В. Сценическая интерпретация при обучении иностранному языку (на примере языкового курса «Театр на немецком») // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 56–60. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/56-60>.

Original article

**STAGE INTERPRETATION  
IN THE FOREIGN LANGUAGE TEACHING  
(BASED ON THE EXAMPLE OF THE LANGUAGE COURSE  
FOR CHILDREN “THEATRE IN GERMAN”)**

**Anastasia V. Neupokoeva**

Pacific State University, Chabarovsk, Russia,

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, [pertschuk@mail.ru](mailto:pertschuk@mail.ru)

**Abstract.** The article is devoted to the modern methodology of the foreign language teaching, which is based on elements of theatrical pedagogy. Using the example of personal experience, the author reveals the didactic potential of stage interpretation in the work with the participants of the summer course “Theatre in German”.

**Key words:** theatrical methods, foreign language teaching, stage interpretation, theatrical production, German.

**For citation:** Neupokoeva A. V. Stage interpretation in teaching a foreign language (on the example of the language course “Theatre in German”) // Far Eastern Philological Journal. 2023. Т. 1, № 2. P. 56–60. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/56-60>.

В методике преподавания иностранного языка используются самые разнообразные приемы и методы. В современной лингводидактике большая роль отводится использованию междисциплинарных методов обучения иностранному языку. В этой связи в настоящее время обращает на себя внимание потенциал театральной педагогики на уроках иностранного языка.

Целью данного исследования является выявить специфику метода драматизации в обучении иностранному языку детей младшего школьного возраста на примере работы летнего курса «Театр на немецком».

В этой связи ставятся следующие задачи:

1. Выявить особенности театральной методики обучения иностранному языку.
2. Описать этапы театрального проекта на примере курса «Театр на немецком».
3. Раскрыть дидактический потенциал сценической интерпретации при обучении иностранному языку.

Специфика театральной работы связана не только с повышением мотивации и развитием творческих способностей учащихся, но также способствует активизации коммуникации, которая ставится на центральное место в обучении.

По мнению Е. И. Пассова, автора коммуникативного метода, «коммуникативность предполагает речевую направленность учебного процесса, которая заключается не столько в том, что преследуется речевая практическая цель (в сущности, все направления прошлого и современности ставят такую цель), сколько в том, что путь к этой цели есть само практическое пользование языком. Практическая речевая направленность есть не только *цель*, но и *средство*, где и то, и другое диалектически взаимообусловлено» [3, с. 47].

Таким образом, сценическая интерпретация как театральный метод позволяет реализовывать коммуникативный подход в обучении иностранному языку. Убедиться в этом можно на примере языкового курса «Театр на немецком», который проводится во время летних каникул для детей в лингво-студии «Танграм».

Вслед за Инго Шеллером под **сценической интерпретацией** в обучении языку мы понимаем творческое использование письменной и устной речи на основе художественного литературного наследия [8, с. 48].

Следует заметить, что в методической литературе можно встретить и такие обозначения для данного понятия: метод драматизации, инсценировка, постановка, учебный/дидактический театр, театрализация, ролевые и драматические игры и др.

Театральные методы в обучении иностранному языку имеют глубокие исторические корни. Доказательством этого факта является работа школьного театра иезуитов в XVI–XVII вв. в Европе. Главная концепция этого театра, которую ученые отцы совершенствовали на протяжении двух с половиной сотен лет, была, в первую очередь, педагогической. Драматургия, исполнительская и постановочная практика иезуитских сцен подчинялись не художественным, а дидактическим, прикладным задачам. Разучивание пьес являлось составной частью курса латинской риторики и таким образом проходило обучение иностранному языку [1, с. 246].

Особенность театральной методики обучения языку, заключается в следующем:

- Язык приобретает третье физическое измерение после зрения и слуха.
- Понимание текста становится видимым.
- Беря на себя роли, учащиеся становятся личностями [7, с. 3–4].

Согласно Т. И. Электра роль создает мост от уровня знакомого на уровень нового и неизвестного [5, с. 5].

Театральные методы обучения иностранному языку очень разнообразны. И вопреки представлению о том, что использование метода драматизации всегда требует больших временных затрат, на самом деле существует множество театральных методов обучения иностранному языку, которые могут быть использованы на разных этапах урока:

- чтение вслух и/или инсценировка диалогов с распределением ролей;
- преобразование драматических сцен в повествовательные тексты;
- разучивание и чтение вслух стихов, рассказов;
- исполнение песен, написание текстов песен (рэп-песен);
- ролевые игры;
- пантомима;
- постановочные интервью, ток-шоу;
- метод полного физического реагирования (TPR);
- театральные упражнения (импровизационные, релаксационные, хоровые, ритмические);
- проведение театральных проектов (газетный театр, учебная мастерская, рюкзак-библиотека, проект-сказка, театральный коллаж, форум-театр и т. д.) (ср. Райхманн [7, с. 9–12]).

Примером использования театральных методов обучения иностранному языку является проект «Театр на немецком», который уже на протяжении нескольких лет организуется и проводится во время летних каникул на базе лингво-студии «Танграм», частной школы в г. Хабаровске с углубленным изучением немецкого языка.

Целью летнего курса «Театр на немецком» является *развитие мотивации к изучению немецкого языка через театральные методы обучения.*

Курс рассчитан на детей 8–11 лет. Его продолжительность составляет 1 месяц: занятия проходят 1 раз в неделю по 2 академических часа, что в общей сложности составляет 8 академических часов.

Данный курс реализует следующие задачи:

- через театральные упражнения снять психологические зажимы, мешающие детям говорить на иностранном языке;
- познакомить детей с разными видами театра: кукольный, музыкальный театр, театр теней, пародии, импровизации и т. д.;
- подготовить инсценировку на немецком языке.

Каждое отдельное занятие на театральном курсе посвящено отдельному виду сценической деятельности и представляет собой законченный мини-проект.

Целью одного из занятий на театральном курсе, который проходил в июне 2022 г., была сценическая интерпретация русской сказки на немецком языке. Данный проект включает в себя следующие этапы работы:

1. Подготовительный этап: знакомство с сюжетом сказки.

Театральный проект начинается с посещения спектакля «Гуси-лебеди» в Хабаровском краевом кукольном театре и мастер-класса, который проводит детям заслуженный артист Хабаровского края – Виктор Скоморошко. Это позволяет участником курса познакомиться с сюжетом русской народной сказки и получить навыки управления куклами в театре.

2. Введение текста: работа с немецким переводом сказки с помощью метода импровизации.

Импровизация – наиболее интересный вид драматизации для использования с учащимися при обучении иностранному языку. Он не требует подготовительной работы, материал должен быть знаком учащимся, импровизация эффективна в парах и группах [2, с. 196].

Поскольку в нашем театральном курсе принимают участие в основном дети начальных классов, уровень знаний иностранного языка которых еще не настолько высок, чтобы свободно говорить, мы выполняем с ними упражнение на импровизацию. Это происходит следующим образом: учитель вводит сначала новые слова на немецком языке (названия главных героев, их реплики вместе с переводом), затем распределяет роли и читает вслух адаптированный вариант текста сказки, состоящий из русских и немецких слов. Дети при этом выполняют действия главных героев, которые слышат в тексте.

### 3. Подготовка реквизита для анимационного фильма.

На этом этапе участники курса готовят материал для анимационного фильма: изображения главных героев и предметов в сказке. Ребята полностью погружаются в творческий процесс, направленный на развитие их фантазии.

4. Съемки анимационного фильма: распределение ролей, озвучивание главных героев сказки.

Каждый участник получает роль и реплику в сказке на немецком языке и репетирует под контролем руководителя курса. После репетиции проходят съемки на видеокамеру отдельных сцен и озвучивание реплик главных героев на немецком языке.

На этом этапе руководитель курса уделяет особое внимание четкому и правильному произношению отдельных слов и интонации предложений на иностранном языке. Перед съемками ученики репетируют несколько раз под контролем учителя немецкого языка.

### 5. Подготовка видеофильма: монтаж и публикация.

Этот этап проходит без участия детей. Преподаватель монтирует видеоролик и публикует его в сети Интернет на YouTube-канале театрального курса [4].

### 6. Рефлексия.

На заключительном этапе проекта учитель на следующем занятии показывает готовое видео детям и проводит рефлексию с участниками курса, обсуждая с ребятами, что им понравилось на занятии, было ли им сложно, какие слова из сказки на немецком языке они запомнили.

Как показал опыт работы курса «Театр на немецком» на базе лингво-студии «Танграм», театральные методы в обучении иностранному языку обладают развивающим потенциалом, включающим в себя:

- совершенствование фонетических навыков;
- развитие навыков монологической и диалогической речи учащихся;
- тренировку подготовленной и неподготовленной речи на иностранном языке;
- расширение активного словаря учащихся благодаря освоению пассивного лексического материала;
- использование и отработка речевых фраз и клише в различных ситуациях;
- расширение знаний о культуре, истории, традициях, обычаях страны изучаемого языка.

Изучение дидактического потенциала драматизации в обучении иностранному языку позволяет сделать следующий вывод: сценическая интерпретация, безусловно, имеет ряд преимуществ, успешно апробирована в работе с детьми и может найти применение в качестве дополнительной образовательной модели в обучении иностранным языкам в различных образовательных учреждениях.

### Список литературы

1. Некрасова И.А. Иезуиты и театр. К истории дискуссий о театре XVII – начала XVIII в. [Электронный ресурс] // Вопросы театра. 2011. С. 246–254. URL: [http://theatre.sias.ru/upload/voprosy\\_teatra/2011\\_1-2\\_246-254\\_nekrasova.pdf](http://theatre.sias.ru/upload/voprosy_teatra/2011_1-2_246-254_nekrasova.pdf) (дата обращения: 20.12.2022).
2. Пантыкина Н.И. Использование драматизации как вида арт-технологий в обучении иностранным языкам. // Вестник Череповецкого государственного университета. №1. 2017. С. 195–199. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-dramatizatsii-kak-vida-art-tehnologiy-v-obuchenii-inostrannym-yazykam/viewer> (дата обращения: 20.12.2022).
3. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению / Е.И. Пассов. М.: Просвещение. 1991. 223 с.
4. *Die Gänse und die Schwäne* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aw5lo3dJvM0&t=14s> (дата обращения: 20.12.2022).
5. *Elektra T. I. Dramapädagogik im Sprachunterricht*. Orell Fuessli. 1. Aufl. edition. 1999. 200 S.
6. *Kirsch D. Szenisches Lernen: Theaterarbeit im DaF-Unterricht. Deutsch als Fremdsprache*. Hueber Verlag. 2013. 152 S.
7. *Reichmann M. Theater im Deutschunterricht – Theorie und Praxis / M. Reichmann*. Grim Verlag. 2007. 36 S.
8. *Scheller I. Szenische Interpretation. Theorie und Praxis eines handlungs- und erfahrungsbezogenen Literaturunterrichts in Sekundarstufe I und II*. 1. Aufl. 2004. 272 S.

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.

Научная статья

УДК 371.38

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/61-67>

Original article

## HIGHER-ORDER THINKING STRATEGY IMPLEMENTATION WHILE READING AUTHENTIC TEXTS

**Olga K. Titova<sup>1</sup>, Aleksandra V. Eremenko<sup>2</sup>, Irina O. Eremenko<sup>3</sup>**

<sup>1, 2</sup>Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia

<sup>3</sup>Secondary School № 13, Vladivostok, Russia

<sup>1</sup>Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, [titova.ok@dvfu.ru](mailto:titova.ok@dvfu.ru)

<sup>2</sup>Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, [alrem68@mail.ru](mailto:alrem68@mail.ru)

<sup>3</sup>Teacher, [beautyara@mail.ru](mailto:beautyara@mail.ru)

**Abstract.** Productive reading is the key component of the productive linguodidactic technology system. One of the important professional competences that college undergraduates are supposed to acquire is a skill to reflect critically on what they read. They have to learn how to analyze and interpret large flows of information from various sources including those from the foreign media. The important skill of interpreting the value and the meaning of the text in terms of ideas and author's intentions can be built through productive linguistic reading. The effective application of the text structure strategy can be seen as one of the ways to implement a productive reading approach.

This article focuses on the ways used to engage students in higher order thinking activities while reading articles and other authentic texts on various topics. Identifying the main ideas and logical relationships between them, providing background information, and generating inferences enhance undergraduates' skills to form and articulate an informed and well-grounded opinion on different issues.

**Key words:** productive linguistic reading, text structure strategy.

**For citation:** Titova O. K., Eremenko A. V., Eremenko I. O. Higher-order thinking implementation while reading authentic texts // Far Eastern Philological Journal 2023. V. 1, № 2. P. 61–67. (In Engl.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/61-67>.

## РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ МЫШЛЕНИЯ ВЫСОКОГО УРОВНЯ ПРИ ЧТЕНИИ АУТЕНТИЧНЫХ ТЕКСТОВ

Титова Ольга Константиновна<sup>1</sup>, Ерёменко Александра Владимировна<sup>2</sup>,  
Ерёменко Ирина Олеговна<sup>3</sup>

<sup>1, 2</sup>Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

<sup>3</sup>Средняя общеобразовательная школа № 13, Владивосток, Россия

<sup>1</sup>Кандидат филологических наук, доцент, titova.ok@dvfu.ru

<sup>2</sup>Кандидат филологических наук, доцент, alerem68@mail.ru

<sup>3</sup>Учитель, beautyyara@mail.ru

**Аннотация.** Продуктивное чтение – ключевой компонент системы продуктивных лингводидактических технологий. Одной из важных профессиональных компетенций, которую должны приобрести студенты старших курсов университетов, является способность критически осмысливать прочитанное, анализировать и интерпретировать большие объемы информации из различных источников, в том числе из зарубежных СМИ. Важный навык интерпретации значения и смысла текста с точки зрения представленных в нем идей и намерений автора может быть сформирован в результате применения технологии продуктивного лингвистического чтения. Применение стратегии структурирования текста – это один из способов реализации подхода продуктивного чтения.

Данная работа посвящена способам, используемым для вовлечения учащихся в мыслительную деятельность более высокого уровня при чтении статей и других аутентичных текстов на различные темы на английском языке. Выявление основных идей, представленных в тексте, и логических связей между ними, а также актуализация имплицитных умозаключений развивают навыки студентов формировать и формулировать аргументированное мнение по различным вопросам.

**Ключевые слова:** продуктивное чтение, стратегия структурирования текста.

**Для цитирования:** Титова О. К., Ерёменко А. В., Ерёменко И. О. Реализация стратегии мышления высокого уровня при чтении аутентичных текстов // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 61–67. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/61-67>.

Productive reading is one of the key components of the productive linguodidactic technology system. As defined by M.B. Uspensky, being the general theory of language teaching, linguodidactics also includes both general laws and more specific aspects, such as the specificity of content, methods and tools for teaching a particular language, depending on didactic goals, objectives and conditions, the nature of the material being taught, stages of learning and the level of intellectual and verbal development of the learners. According to M.B. Uspensky, the topical issues of linguodidactics also cover a wide range of problems from the problem of unifying language teaching content under similar conditions and determining rational relations between language theory and speech practice to continuity between language teaching stages and the rational use of visual and technical means [1, p. 504].

One of the important professional competences that university undergraduates who major in different fields are supposed to acquire is their ability not only to read, but also to reflect critically on what they read. They have to be able to analyze and interpret large flows of information they get from

foreign sources. The skill to interpret the value and meaning of the text in terms of ideas and author's intentions can be formed through productive reading. One of the effective ways to implement productive reading approach is the text structure strategy. Since 1971 Meyer and her colleagues have studied text structures and readers' abilities to use them. Readers who use a "structure strategy" seek to identify and use the author's structure to organize their own understanding. Meyer et al. found that reading ability was associated with the number of ideas recalled, as well as the organization of recalls. Readers identified as good readers recalled more ideas and more frequently used the authors' structure to organize their recalls [3, p. 132].

This article focuses on text-structure strategy used to engage university students in higher order thinking activities while reading articles and other authentic texts. Identifying the main ideas and logical relationships between them, providing background information and generating inferences enhance undergraduates' skills to form and articulate an informed and well-grounded opinion on different issues.

Productive reading comprehension involves actively constructing new understandings by building relationships among the parts of the text and between the text and one's pre-existing knowledge. Good readers build coherent mental representations of what they read by understanding different text structures, generating inferences, monitoring their understanding, and using multiple strategies to construct meaning. Using of the text structure to understand how the important ideas of a text are interrelated increases readers' meaning making. Readers who use the text structure can mentally examine how ideas in text are interrelated through the use of such relationships as sequence, comparison, causation, or problem and solution. The text structure strategy facilitates comprehension by helping the reader to organize concepts based on the explicit or implied relationships that are communicated by the text [3, p. 128].

The power of teaching students the structure strategy is that it enables them to a) follow the logical structure of the text to understand how an author organized and emphasized ideas; b) use processes parallel to these structures to increase their own learning and thinking (e.g., comparing, finding causal relationships, looking for solutions to block causes of problems); and c) use these text structures to organize their own writing, such as written summaries, recalls, and essays.

Implementing a research-based text structure strategy infuses text structures at every step of reading comprehension instruction, beginning with the introduction of the lesson, previewing of text, selecting important ideas, writing a main idea, generating inferences, and monitoring comprehension.

According to the text structure strategy most texts fit into one or a combination of two or more of five specific text structures [3, p. 129]:

1. Comparison (compare/contrast) – relates ideas by differences and/or similarities; complexity can be increased by the number and detail of issues compared. The main ideas are organized to provide a comparison, contrast, or alternative view (e.g., political speech).
2. Cause and effect (causation) - relates ideas casually; complexity can be increased by embedded cause and effect paths and causal chains and reduced by similarity to familiar narratives. The main ideas are organized into cause and effect parts (e. g., directions, explanations, economic or science texts).
3. Problem and solution - relates responding ideas; complexity can be increased by the identification of causes of the problems and ways to reduce them. The main ideas are organized in two parts: the problem (or question) part and the solution (or answer) part, which responds to the problem part (e. g., popular science articles, medical information).

4. Sequence - (time ordered collection of events, ideas) – relates ideas via time. The main ideas are the steps or history presented (e. g., recipe steps, history books, biographies).
5. Description - (generalization, settings) – relates ideas by elaboration of attributes, specifics, or setting information. The main idea is that aspects of a topic are presented (e.g., newspaper article).

Aids such as diagrams and charts (Visual or graphic organisers) are used to help learners remember and understand new information by making it visual. Visual organizers involve reading, writing down or drawing ideas then seeing or making connections. Organizers can be simple or complex but all of them have connecting parts.

We will show how the text structure strategy can be used to develop students’ productive reading skills on the examples of a natural science article “Water pollution is a rising global crisis. Here’s what you need to know” by Christina Nunez [4] and a political article “Can Sanctions Be Smart? The Costs and Benefits of Economic Coercion” by Justyna Gudzowska and John Prendergast [2].

The first step to apply the strategy is activating students’ background knowledge on the subject.

Students are asked questions that can help them recollect background knowledge they have on the subject of the article. In Table 1 you can see the questions that students can be asked.

Table 1

**Questions to activate background knowledge**

“Water pollution is a rising global crisis. Here’s what you need to know”	“Can Sanctions Be Smart? The Costs and Benefits of Economic Coercion”
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. What role does water play on the planet?</li> <li>2. How important is the purity of water?</li> <li>3. What do you think the main causes of water pollution are?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. What tools of foreign policy do you know?</li> <li>2. Which of them are more effective than others? Why?</li> <li>3. Are sanctions an effective tool, in your opinion? Why?</li> </ol>

Then students read the article and after it some vocabulary that is essential for understanding of the ideas from the text is highlighted and discussed. Students are asked to explain how they understand the meaning of the phrases taken from the article. Table 2 shows the examples of the selected vocabulary.

In case of references to some events or examples students are asked to collect background information on the subject. It will help them to get a deeper understanding of the issue.

For example, students are asked to seek the information about the National Geographic grantee Africa Flores mentioned in the article “Water pollution is a rising global crisis. Here’s what you need to know” [4], and Global Magnitsky Act mentioned in the article “Can Sanctions Be Smart? The Costs and Benefits of Economic Coercion” [2].

The next step is to define the main idea or the message of the article and supporting ideas. The category the text of the article falls into is to be defined. Sometimes an article doesn’t have a clear cause-effect or problem-solution structure, and students are faced with the challenge to recognize and devise the structure themselves. They are taught to see the article as a logical entity with the number of ideas connected with each other. And they are encouraged to identify the structure that matches one or several categories offered by the structural method.

**Essential vocabulary**

“Water pollution is a rising global crisis. Here’s what you need to know”	“Can Sanctions Be Smart? The Costs and Benefits of Economic Coercion”
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Legal and illegal discharges from factories</i></li> <li>2. <i>Imperfect water treatment plants</i></li> <li>3. <i>Hydraulic fracturing (fracking) operations</i></li> <li>4. <i>Nonpoint source pollution</i></li> <li>5. <i>Eroding tourism revenue</i></li> <li>6. <i>Blue baby syndrome</i></li> <li>7. <i>Exact a health toll</i></li> <li>8. <i>Artificial intelligence algorithm</i></li> <li>9. <i>Water is not properly treated</i></li> <li>10. <i>Fuel algae blooms / dead zones</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>To be employed on a more surgical basis</i></li> <li>2. <i>Collateral damage</i></li> <li>3. <i>Indiscriminately withdraw from an entire national economy</i></li> <li>4. <i>To alert financial institutions to red flags</i></li> <li>5. <i>Anti-money-laundering advisories</i></li> <li>6. <i>To temper one’s incentives to re-escalate the war</i></li> <li>7. <i>To bank with bad actors,</i></li> <li>8. <i>Shell companies etc.</i></li> <li>9. <i>Blacklisting</i></li> <li>10. <i>To shut service providers out of the global financial system</i></li> </ol>

When asked to find the ideas that support the message of the article students are encouraged to recognize the combination of cause and effect and problem and solution categories the article falls into.

Both articles fall into cause and effect and problem and solution categories. It often happens that the problem is described in terms of cause-effect relations because of several reasons. And possible solutions can be presented too.

For example, in the article “Can Sanctions Be Smart? The Costs and Benefits of Economic Coercion” [2] the authors mention several reasons that account for the low effectiveness of sanctions. According to the authors, to enhance the effectiveness of the sanctions several solutions can be implemented.

Then students are asked to put the ideas they have found into a flow diagram. The diagrams they can make up can look like those presented below.

In Diagram 1 we can see several reasons that underlie the problem of water pollution. And several solutions are presented in the same diagram.

In Diagram 2 we can see several reasons that account for the low effectiveness of sanctions.

The building of the diagram facilitates comprehension by helping students to organize concepts based on the explicit or implied relationships that are communicated by the text.

Sometimes some parts of the structure can be missing, and students can be asked to think how these missing parts can be restored. See diagram 2. The authors of the article don’t say why sanctions come with costs and why they can cause frictions with allies. Students have to think and speculate on possible reasons themselves.

In the end students are asked to build and introduce coherent representation of what they have read relying on the visual organizer they have created. While speaking on the issue they are expected to make use of their background knowledge, concepts formed as a result of understanding the meanings of the key lexical segments and ideas presented in the diagram.

Being engaged in reading comprehension activities students are encouraged to think about and discuss different aspects of the issue. In our examples, students can concentrate on the reasons or solutions or assess effectiveness of the solutions offered by the author and come up with some other solutions.

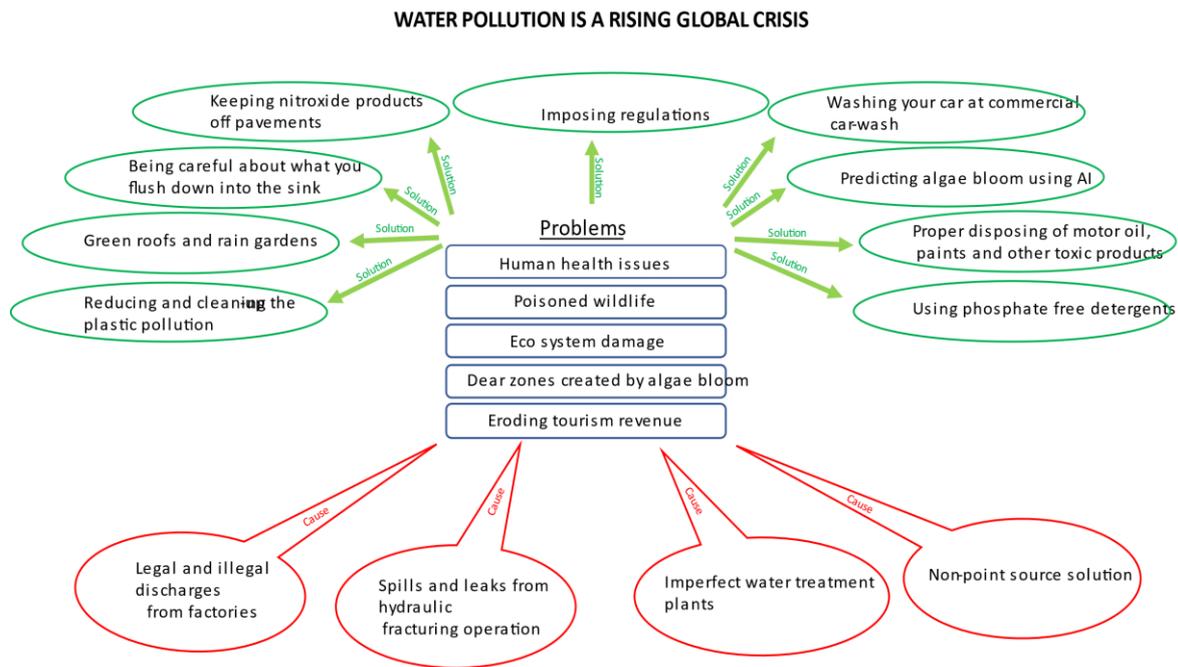


Diagram 1. “Water pollution is a rising global crisis”

**THE REASONS FOR THE LOW EFFECTIVENESS OF SANCTIONS AND DIFFERENT WAYS THEY CAN BE DEALT WITH**

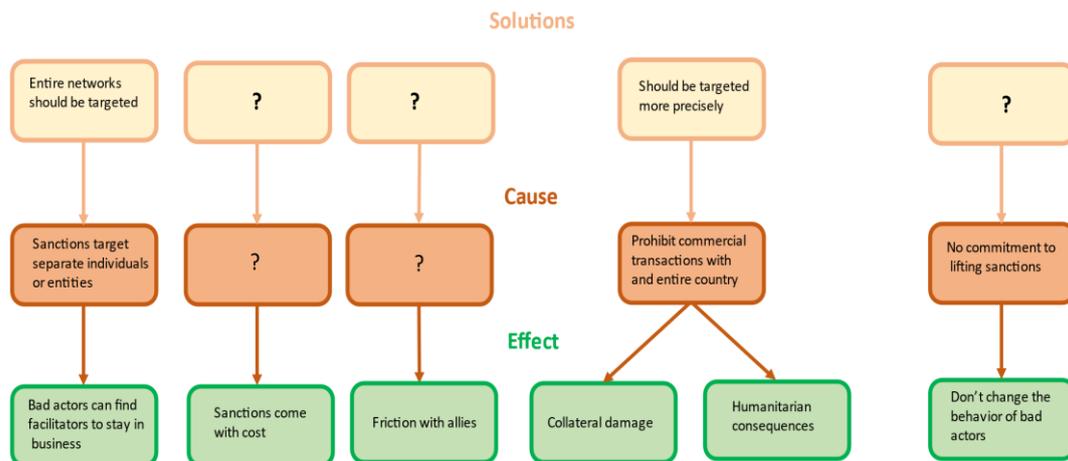


Diagram 2. “The reasons for the low effectiveness of sanctions and different ways they can be dealt with”

As a conclusion, the article has shown empirically the importance of following and utilizing the TSS for developing higher order thinking skills of understanding and interpreting the author’s ideas presented in different types of texts. We believe, the findings and text analysis procedures that we have shared can have important practical implications for educators teaching reading comprehension.

Список литературы

1. Успенский М.Б. Лингводидактика // Российская педагогическая энциклопедия: В 2 т. Т. 1 / Под ред. В.В. Давыдова. М., 1999. С. 504.
2. *Gudzowska J., Prendergast J.* Can Sanctions Be Smart? The Costs and Benefits of Economic Coercion [Electronic resource]. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2022-02-22/can-sanctions-be-smart#author-info>
3. *Meyer Bonnie J. F.* Structure strategy interventions: Increasing reading comprehension of expository text // International Electronic Journal of Elementary Education, 2011, 4(1), 127-152. [Electronic resource]. URL: <https://education.biu.ac.il/sites/education/files/shared/Structure%20strategy%20interventions.pdf>
4. *Nunez Ch.* Water pollution is a rising global crisis. Here's what you need to know [Electronic resource]. URL: <https://www.nationalgeographic.com/environment/article/freshwater-pollution>

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.

Научная статья

УДК 82.2

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/68-75>

## «БОВАРИЗМ» КАК ОНЕЙРОСФЕРА В ФИЛЬМЕ “GEMMA BOVERY”

Лариса Николаевна Талалова<sup>1</sup>, Наталья Федоровна Крылова<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Государственный университет управления, Москва, Россия

<sup>1</sup>Доктор педагогических наук, доцент, [talalova@gmail.com](mailto:talalova@gmail.com),

<https://orcid.org/0000-0003-1380-2339>

<sup>1</sup>Кандидат филологических наук, доцент, [krylova.tasha@mail.ru](mailto:krylova.tasha@mail.ru),

<https://orcid.org/0000-0002-0081-5686>

**Аннотация.** Статья рассматривает определяемое Жераром Жене́ттом термином «боваризм» онирическое переживание литературного героя как составляющую онейросферы на примере сценария фильма “Gemma Bovery” А. Фонтен, соединившего в духе постмодернистской традиции двух литературных героинь романов «Мадам Бовари» и «Анна Каренина». Проанализирован онтологический процесс именованья персонажей и сам характер этих поэтонимов в русле зарубежной и отечественной философии имени.

**Ключевые слова:** онейросфера, онтология имени, семантическая парадигма, SurNom, антропоним, литературная ономастика, поэтоним.

**Для цитирования:** Талалова Л. Н., Крылова Н. Ф. «Боваризм» как онейросфера в фильме “Gemma Bovery” // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 68–75. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/68-75>.

Original article

## “BOVARIARISM” AS THE ONIRIC SPHERE IN “GEMMA BOVERY” SCRIPT

Larissa N. Talalova<sup>1</sup>, Natalya F. Krylova<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>State University of Management, Moscow, Russia

<sup>1</sup>Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, [talalova@gmail.com](mailto:talalova@gmail.com),

<https://orcid.org/0000-0003-1380-2339>

<sup>2</sup>Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, [krylova.tasha@mail.ru](mailto:krylova.tasha@mail.ru),

<https://orcid.org/0000-0002-0081-5686>,

**Abstract.** Within the frameworks of Gérard Genette’s “bovriarism” term the article encompasses the oniric experience of the literary protagonist, where the so-called ‘bovriarism’ is an intrinsic constituent of this sort of experience. The sample for analysis is the script of the film “Gemma Bovery” by Anne Fontaine. The movie under the postmodernity tradition covers both fictional

heroines of “Madame Bovary” and “Anna Karenina”. The epistemological hero’s naming process as well as the poetonym specifics are analyzed in both foreign and Russian philosophy of the Name.

**Key words:** oniric sphere, ontology of the proper name, semantic paradigm, SurNom, anthroponym, literary onomastics, poetonym.

**For citation:** Talalova L.N., Krylova N.F. “Bovarianism” as the Oniric Sphere in “Gemma Boveri” Script // Far Eastern Philological Journal. 2023. V. 1, № 2. P. 68–75. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/68-75>.

Две главные героини двух главных романов мировой литературы XIX в. – Эмма Бовари и Анна Каренина, столь разные, если говорить о масштабе их личности и масштабах последствий их действий, но и во многом похожие, и одинаково трагически закончившие свою жизнь, и одинаково несчастные, – обречены на постоянное сравнение, хотя между романами при их фабульной схожести нет «генетической» связи [2], как нет схожести и в главном – в отношении к своим героиням самих авторов романов. Два романа об одном и том же, внешне поднимающие схожие проблемы (более того, «Анна Каренина» сегодня, когда в основе всякого текста лежит интертекстуальность, «могла бы считаться своего рода вольным ремейком «Госпожи Бовари» [1]), но при этом два совершенно разных романа; тем не менее, сравнивать два женских образа, отстоящих один от другого на двадцать лет, начали с момента выхода романа Л.Н. Толстого в 1878 г. Парадоксально, но формально Анна должна была читать роман «Мадам Бовари» Г. Флобера, самый громкий на тот момент; роман, по сути, о ней самой, о таком же «падении», да и у Л.Н. Толстого в тексте есть своего рода тому доказательство – эпизод, в котором Лёвин и Анна обсуждают французскую литературу – Э. Золя, А. Доде, только нет упоминания о Г. Флобере. Толстой это делает намеренно.

Сравнивают романы и сейчас: компаративному анализу образов героинь посвящены как сочинения школьников, так и дипломные работы студентов. Во Франции, в России, в мире. На академическом уровне – в отечественном литературоведении – представлено большое количество исследований (от научных статей до диссертационных исследований): это и работы А. М. Зверева [7] и Е. И. Смольниковой по проблемам типологии [15], и работа С.А. Шульца, посвященная сравнению романов в аспекте исторической поэтики, в которой сопоставляются обозначенные Флобером и Толстым позиции в отношении экзистенциально-моральной нормы общечеловеческого [16], и диссертация Е. А. Завершинской, противопоставляющая в романах словесный дискурс телесному [6], и статья Н. В. Кузнецовой, с опорой исключительно на любовную линию романов, на основе которой выводится типологическая схожесть героинь [10], и, напротив, работа С. Н. Купреяновой, в которой автор вводит понятие «антилюбовного» романа, а любовь рассматривается в обоих случаях как фатум [11], и диссертационное исследование Д.В. Решетова, касающееся проблемы самоубийства обеих героинь [13].

Немало работ посвящено и влиянию творчества Г. Флобера на этот поздний роман Толстого, отличающийся от всего ранее им написанного; так в ряде исследований отмечается сознательное копирование Толстым тривиальной сюжетной линии, адюльтера в «Мадам Бовари» с тем, чтобы вывести «Анну Каренину» на принципиально иной уровень и решить кардинально иные задачи, сделав разницу между романами (не говоря уже о героинях) – колоссальной, поэтому неслучайно уже цитировавшийся нами Павел Басинский использует слово «ремейк», если же применять другую оптику, то слово «ремейк» может быть заменено на другое – «плагиат».

Сопоставление романов проводится и за рубежом, даже реализуется в литературных произведениях. Например, Дидье Декуэн, французский писатель, «автор переведенных на русский язык романов «Среди садов и тихих заводей», «Англичанка на велосипеде», сценарист, а с 2020 г. и президент Гонкуровской академии, много работающий с "русской" темой (сценарий "Братьев Карамазовых"; роман о последнем пристанище Русской Эскадры в тунисской Бизерте 1920–1924 гг.)» [9, с. 58]. В интервью «Известиям» он отметил, что любит «путешествовать вместе с героями русских романов» [8], и рассказал о сюжете задуманной им новой пьесы, тоже своего рода «путешествии», в котором автор-француз, отдавая дань постмодернистской традиции, соединяет обеих героинь в одном литературном сюжете. Под «путешествием» Д. Декуэна здесь следует понимать «боваризм» (определение Жерара Женетта) или, если задействовать терминологию феноменологии Гастона Башляра, онейросферу, Декуэн точно следует флоберовской традиции онирического переживания.

У отечественных исследователей онирический мотив представлен похожим образом. У Ю. М. Лотмана онирическое имеет явно выраженную прогностическую функцию [12]; О. Ю. Славина рассматривает в сновидческом мистериальное начало [14]. У Д. Декуэна же мотив, детерминирующий развитие сюжетной линии [4], – это мотив онирический флоберовского «как будто», когда, и здесь вновь вспомним Г. Башляра, «греза» предшествует созерцанию [3]. По замыслу Д. Декуэна, ни Эмма Бовари, ни Анна Каренина «как будто» не заканчивают свою жизнь самоубийством: «как будто» получив развод (как и было, кстати, в первоначальной версии у Толстого), обе уезжают из дома (одна из «душного» провинциального Йонвиля, другая – из столичного Петербурга) и «как будто» едут путешествовать по Европе.

И, конечно, тема вокзала, перрона, клубов дыма и поездов тоже присутствует – уже в подражание Л. Н. Толстому. «Туда», «в самую середину», «в тень вагона» и т. д., но никаких аллюзий, что под колесами паровоза может кто-то погибнуть, чтобы избавиться от всех и от себя самой, нет. По Декуэну, не погибнет ни Анна, ни даже сторож, в общем, никаких дурных предзнаменований, все живы-здоровы. Все гораздо прозаичнее, то есть банальнее (вновь почти по Флоберу): обильный снегопад («прекрасный ужас метели») надолго остановит движение поездов в Женеве, и пассажирам, пока не расчистят заснеженные пути, ничего не остается, как коротать время в привокзальном буфете за разговорами. Там и встретятся две женщины, их встреча закономерна, хотя и кажется случайной. Долгий диалог Эммы и Анны на фоне снежного (почти русского) пейзажа вокруг и составляет канву пьесы для двух актрис. А им есть о чем поговорить, хотя они и стоят на разных ступеньках социальной лестницы, на которой Анна – блистательная дама света, а Эмма – простушка, мещанка, но представляющая себя таковой – дамой света/маркизой/герцогиней и т. д. Пьеса затрагивает общечеловеческие проблемы – амбивалентности природы человека, морали и нравственного выбора, брака, свободы, любви, ответственности за свои поступки, отношения к близким и т. д.

В пьесе можно увидеть отсылки и к другой известной работе, построенной по такому же лекалу, это «Копенгаген» (1998 г.) британца Майкла Фрейна, пьеса-диалог двух великих физиков-ядерщиков Нильса Бора и его ученика Вернера Гейзенберга осенью 1941 г. в Копенгагене, оккупированном немцами, и туда к учителю, преодолевая трудности, приезжает для разговора Гейзенберг. Фабульная схожесть этих пьес в том, что речь идет о встрече и диалоге (никаких событий в пьесах не происходит, это только разговор, рассуждения) двух человек, в случае Декуэна это литературные, т.е. вымышленные, персонажи из разных произведений, в случае Фрейна – реально существовавшие люди, которые действительно встречались осенью 1941 г. в столице Дании, но только герои пьесы – не они сами, а их духи (и снова онейросфера),

которые из «сегодня» экстраполируют свои рассуждения на разговор, состоявшийся тогда, предлагая все новые, новые и новые версии их тогдашней полемики.

Еще один пример такого же задеирования этих же героинь – Эммы Бовари и Анны Карениной – в одном сюжете представлен в сценарии художественного фильма “Gemma Bovary”, интертекстуально связанным с романом Г. Флобера. Точнее, уже не с самим романом, а с *Vande Dessinée*, т. е. с комиксом/графическим романом Позы Симмондс. Для Франции, по признанию самих французов, это девятый вид искусства, неотъемлемая часть французской культуры, которая почти незнакома российскому читателю. Отсюда и не совсем верное толкование, само слово «комикс» имеет почти негативную коннотацию (из-за аналогии с русскими рисованными историями – комиксами) и ассоциируется с тем, что хронологически представлял собой комикс у нас – сначала житийные иконы и лубок, затем плакатное искусство или карикатура. Сама индустрия создания графических романов появилась в России совсем недавно – официально с 2009 г. Для французов же релевантными будут оба источника: и книга, и комикс (графический роман).

Но мы будем рассматривать сценарий фильма как медиатекст. Анн Фонтен, уже маститый режиссер, является здесь в двух ипостасях – и как режиссер, и как сценарист (точнее, со-сценарист, наравне с двумя другими авторами – Декланом Ме и Паскалем Боницером). Неясным остается вопрос, кто первым придумал объединить двух литературных персонажей в одном сюжете, вероятно, Декуэн, будучи сам сценаристом, мог быть знаком с текстом сценария А. Фонтен. Но в итоге все это не так важно. При том, что идея и там, и там – одна, техника использования онирического переживания также задеирована в обоих случаях, способы решения (воплощения) – все же разные. И если у Фонтен это в чистом виде онейросфера (никакой Анны Карениной в реальности в фильме нет, это фантазии, т. е. «боваризм», главного героя-рассказчика Мартена), то Декуэн реально соединяет двух персонажей разных романов внутри одной пьесы-диалога.

Интертекстуальность просматривается в тексте сценария Фонтен и на референциальном, и на типологическом уровне. Фильм-мелодрама со слоганом “Can life really imitate art?” вышел уже относительно давно, в 2014 г., производство – Великобритания, Франция. Оригинальное название фильма “Gemma Bovary” (буквально – «Джемма Бовари») для русского проката очень удачно было переведено как «Другая Бовари», т. е. фамилия героини не изменена и отсылает все же к Флоберу. Удачно переведено в том смысле, что в русском языке был передан смысл, идея и найден эквивалент замене букв в имени, фамилии главной героини оригинального названия фильма. Транслитерированный вариант «Джемма Бовари» прокатчики, вероятно, посчитали неудачным, боясь, что российский зритель не сможет считать первоисточник. Правда, и к переводу «Другая Бовари» все же можно придаться: во-первых, «искажена» фамилия героини фильма (она по сценарию – англичанка); во-вторых, поскольку в русском, в отличие от европейских языков, «другую» можно проинтерпретировать и как «иную», и как «еще одну» (в английском это будет триада: “another” – “other” – “one more”), для российского синефила или просто «насмотренного» зрителя (даже после просмотра фильма) остается вопрос: речь о совсем другой, качественно иной Бовари или о еще одной, такой же, не вынесшей жизненного урока из классики и потому разделившей печальную участь героини романа Г. Флобера?

Анн Фонтен – режиссер авторского, фестивального кино, у нее нет проходных работ, это только интеллектуальное кино высокой пробы (с обязательными кинофестивальными призами), поэтому опытный зритель считывает все отсылки к оригиналу, улавливает и саму

построенную на мистификации тональность режиссера, а она, в свою очередь, старается перенести на экран авторскую стилистику Флобера, насколько это возможно. Флобер создал шедевр из банальной истории за счет магии своего литературного языка, и как отмечает Ж. Жетт, используя имперфектные формы глагола [5], у Фонтен в арсенале – только визуальный ряд. Правда, нужно сделать оговорку. Эта работа, пожалуй, единственная у Фонтен, где она делает попытку (удачную) сделать фильм, отвечающий сразу всем вкусам, – это и авторское кино, и фильм для массового зрителя одновременно. И искушенный зритель и не очень искушенный (к этой группе отнесем зрительниц) должны остаться удовлетворенными.

Итак, посмотрим на сюжетную линию фильма. Сразу еще раз оговоримся, главная героиня фильма совсем не Эмма (Джемма), чьи имя и фамилия вынесены в название картины, хотя неподготовленный зритель может посчитать, что она. И это версия тоже будет верной (для этого зрителя), поскольку режиссер не дает готовых ответов, оставляя широкое поле для интерпретаций. Фильм – для англо- и франкоговорящей публики. Название фильма говорит само за себя. Вывод кажется очевидным, ассоциативный ряд просматривается, но не все так однозначно; во-первых, героиня фильма никак не соответствует запутавшейся в жизни и погубившей себя героине романа, даже является полной ей противоположностью; во-вторых, режиссер, «идентифицируя» героиню, все время говорит пытливому зрителю о «другом», указывая на «другого», делает подсказки. Хорошо знакомый с текстом зритель «вычислит» настоящую Эмму: когда-то в далеком прошлом парижанин по имени Мартен, в отличие от другого знаменитого героя классической литературы – бальзаковского Растиньяка, бросившего вызов Парижу («А теперь кто победит: я или ты!»), не сумев завоевать столицу, вынужден вернуться к себе домой. А его родина – это Нормандия (первая отсылка к Флоберу). В глухой провинции, у себя в деревне (аналог Йонвиля-л’Аббе) Мартен занимается тем, что держит пекарню. Он благополучен, любит свое дело, его уважают, у него прекрасная семья, взрослый сын.

Роль Мартена, главного героя, от лица которого будет вестись повествование, исполняет звезда французского интеллектуального кино Фабрис Лукини, ему под силу та творческая задача, которую поставила перед ним А. Фонтен. Мартен, хотя и пекарь, но будучи интеллектуалом, образован, общителен, много читает, владеет прекрасной библиотекой, прекрасно знает классику. А это, в свою очередь, объясняет его восприятие действительности. Здесь, в нормандской глубинке, герой должен находить для себя смыслы, своего рода «онтологическую сущность». И он их находит – это размеренная жизнь среди утопающих в зелени и освещенных солнцем летних пасторальных пейзажей (прекрасная операторская работа это лишний раз подчеркивает), чтение, литература, иной взгляд на окружающую действительность, наконец.

Перед нами предстает в каком-то смысле Эмма Бовари («Другая Бовари»?); и, хотя герой никоим образом не утверждает вслед за автором романа, что «Бовари – это я», А. Фонтен намеренно делает Мартена не просто главным героем, а именно рассказчиком, повествователем, приравнивая его функцию к писательской. Здесь можно говорить о так называемой образной и отвлеченной перцептивности (по А. В. Бондарко), героя также можно назвать наблюдателем или субъектом восприятия, по Т.Л. Верхотуровой, а субъект восприятия, уже по Е. В. Падучевой, всегда в фокусе эмпатии автора, в данном случае – режиссера. Мартена и Эмму Бовари тоже объединяет флоберовское онирическое переживание, некое экстатическое восприятие мира, герой тоже постоянно в своего рода грезах, мечтах, он смотрит на мир через другую оптику. В отличие от Эммы Бовари, которой было скучно и тягостно находиться в той среде, которая ее окружала, поэтому она придумывала себе иной, иллюзорный мир, Мартен прочно стоит на ногах, его «боваризм» несколько иного свойства, это просто богатое

воображение, а не фантазии о несбыточном – о гондолах, гамаке, лакее в ливрее и экипаже, что ждет мадам Бовари после спектакля; он, вероятно, уже прошел этот период в молодости, живя в Париже. Праздные мечты остались в прошлом. Реальность другая – он пекарь в глухой провинции, и это надо принять.

Но размеренной и тихой пасторальной жизни однажды приходит конец. В пустующий соседний фермерский дом приезжает жить семья англичан с фамилией Бовери. Его зовут, конечно же, Чарльз, а ее, что тоже вполне ожидаемо, – Джемма (ее играет Джемма Артертон). Итак, Бовери. Чарльз и Джемма. «Другая Бовари» – это ведь она, точно она? Зрителю нетрудно провести параллели, поскольку они прямые, Фонтен же создает в фильме «сумеречную зону», каждый волен интерпретировать контекст по своему усмотрению. А вот для экзальтированного Мартена все сразу же понятно. Сомнений быть не может, герои с такими «говорящими» именами должны вести себя так, как было когда-то написано в великом романе Флобера, неважно, что время действия – другое, героиня – не француженка, да и зовут ее чуть иначе, и приехала семейная пара сюда, в провинцию, из Лондона. Граница между реальностью и иллюзией начинает размываться, у психологов для этого вида восприятия даже есть свой профессиональный термин – синдром презумпции предвзятости ('confirmation bias') или предвзятости подтверждения, когда человек интерпретирует происходящее согласно своему видению, «подтягивая» факты под свою версию событий. И, как ни парадоксально, последующие события начинают повторять известную историю.

Мартен один знает то, что неочевидно всем остальным. Он, «предвидящий» развитие событий, понимая, что героине, его подопечной (а ее надо оберегать, ведь она повторяет ошибки Эммы), грозит опасность и необходимы срочные действия по исправлению ситуации, с каждой новой попыткой вмешаться в ход событий лишь усугубляет и без того усложняющуюся ситуацию, которая близится к трагической развязке. Фонтен с иронией показывает, что жизнь гораздо богаче представления о ней, а реальность может превзойти даже самый смелый вымысел, флоберовский в том числе. Мартен, «знающий» все заранее, не знает одного – именно такой вкусный и так любимый Джеммой выпекаемый им хлеб станет той самой роковой банкой с мышьяком, а он, в отличие от аптекаря, сам принесет его Джемме, именно его хлебом она поперхнется и погибнет. Но этой иронии Фонтен мало, она «усиливает» в традиционном постмодернистском ключе сцену гибели героини разбирательством между мужем и любовником, которые так увлечены процессом, т. е. собой, что не замечают, что Джемма на их глазах задыхается.

Фильм почти заканчивается, по сюжету – уже прошло время с момента смерти Джеммы, и, наконец, в оставшиеся 2–3 минуты режиссеру удается сделать невероятное, превратить фильм почти в шедевр. Сын Мартена, придя домой, бросает фразу, что в пустующий дом Бовери приехали новые жильцы, русские, с какой-то фамилией, начинающейся на «К». Пока ошеломленный новостью Мартен бежит к новым соседям – вновь, чтобы познакомиться – сын, помня о пристрастии отца к классической литературе, между делом сообщает матери, что это, конечно, же шутка, не более. В последних кадрах Мартен пытается разговаривать с новой соседкой, достающей пакеты из багажника машины. Пытается, поскольку произносит, как может, фразы приветствия по-русски, его не понимают, приходится перейти на родной язык. У новой соседки французский безупречен, Мартен восхищен ее французским, а соседке остается только недоумевать. Герой приглашает новых соседей в гости, замечая, что у него дома солидная библиотека, в которой есть книги и на русском языке. Это и есть финал фильма, операторская камера начинает быстро отдаляться, появляются титры на фоне стоящих на дороге Мартена и «Анны»

(зритель уже точно знает, как зовут героиню в восприятии главного героя), начинает звучать русское «Полюшко-поле» в исполнении хора, а лето вдруг становится зимой, поскольку идет сильный снег и мгновенно засыпает все вокруг до метровых сугробов.

В заключение, можно поднять вопрос, хотя и риторический, о семантике имени: почему сценарист и режиссер Анн Фонтен в случае с Эммой Бовари поменяла в имени и фамилии своей экранной героини только по одной букве, а в случае с другой героиней, не менее знаковой, практически оставила ее без имени, точнее придумала ей поэтоним, т. е. все же назвала ее – «Русские, с какой-то фамилией, начинающейся на «К». Именно такое имя у «Анны Карениной» в фильме Фонтен. Назови режиссер свою героиню, которая появляется в кадре на минуту, не более, как-то точнее, это выглядело бы, по меньшей мере, избыточно, «в лоб» и грубо. Режиссер нашла верную модальность и верное решение. Можно вспомнить опять же французскую эпистемологическую школу, самого яркого ее представителя – деконструктивиста Жака Деррида с его концепцией SurNom (Сверх-Имени), но помимо дерридианской концепции можно перечислить и другие, принадлежащие не менее знаковым фигурам французской школы постмодерна XX в. – Ж.-Ф. Лиотару, Ж. Делезу, Ж. Бодрийяру и многим другим, определившим сам процесс именованности как онтологический, вокруг которого строится все бытие. Нельзя не вспомнить и русскую теологическую школу философии имени конца XIX–XX вв. (С. Н. Булгаков, А. Ф. Лосев, П. А. Флоренский, др.), занимавшуюся природой имени, вышедшую в качестве самостоятельного направления из общей философии языка, и сделавшую Имя основой в семантической парадигме отношения человека к миру, вещам, природе.

Слова собственные, антропонимы, поэтонимы на уровне литературной ономастики – специфическая группа слов, стоящая в языке отдельно от других слов в силу понятных причин – из-за особенностей их употребления, они единичны, уникальны, обособлены, поскольку единичен денотат, который они определяют. Те же поэтонимы – характеристика героя, выражение его сущности, по Ежи Фарыно, выбор имени героя, его название – это основа моделирующей системы. А по О. М. Гончаровой поэтоним вообще сродни самостоятельному тексту, поскольку открывает возможность для разного рода интертекстуальных взаимосвязей. Моделирующий характер поэтонима очень четко прослеживается в фильме “Gemma Bovery”, и пусть фильм не о буквальном выборе героями (героинями) имен для себя, т. е. не об их самоидентификации, но в рамках сюжетной линии фильма Фонтен этот онтологический уровень легко считывается. Завершая просмотр фильма, зритель знает, что собеседница Мартена – это «Каренина», и он может, теперь уже и как сам Мартен, «предугадать» ее дальнейшую экранную судьбу, а у нас есть преимущество, мы, помимо этого, можем себе представить и как выглядит заснеженный Женевский вокзал à la russe из еще ненаписанной пьесы Дидье Декуэна, внутри которого встретятся Эмма и Анна. Бовари и Каренина.

### Список литературы

1. *Басинский П.* Анна – сестра Эммы? Флобер и Толстой // Год литературы. РФ, 12 декабря 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://godliterature.ru/articles/2021/12/12/anna-sestrammy-flober-i-tolstoj> (дата обращения: 01.03.23).
2. *Басинский П.* Подлинная история Анны Карениной. М.: «Редакция Елены Шубиной»; Аст, 2022. 330 с.
3. *Баиляр Г.* Избранное: поэтика пространства / пер. Н. Кисловой, Г. Волковой, Ю. Михеева. М.: РОССПЭН, 2004. 376 с.
4. *Бройтман С. Н.* Историческая поэтика: учеб. пособие. М.: РГГУ, 2001. 418 с.

5. *Женетт Ж.* Моменты безмолвия у Флобера / пер. С. Зенкина // Женетт Ж. Фигуры. Работы по поэтике: в 2-х т. Серия: Научная мысль. Т. 1. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1998. С. 217–234.
6. *Заверишинская Е. А.* Словесный и телесный дискурсы в романах Г. Флобера «Мадам Бовари» и Л. Н. Толстого «Анна Каренина»: автореферат дис. ... кандидата филол. наук: 10.01.08. Тверь: 2011. 19 с.
7. *Зверев А.М.* Толстой – Флобер – Хемингуэй // Зверев А.М. Дворец на острие иглы. М.: Советский писатель, 1989. С. 42–57.
8. *Коваленко Ю.* Хочу свести в одном сюжете Каренину и Бовари // Известия, 27 февраля 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/977970/iurii-kovalenko/khochu-svesti-v-odnom-siuzhete-kareninu-i-bovari> (дата обращения: 05.03.23).
9. *Крылова Н. Ф., Талалова Л. Н.* Бовари и Каренина в одном сюжете: переосмысление классики на примере фильма «Другая Бовари» А. Фонтен // Л. Н. Толстой в сознании человека цифровой эпохи: Мат. XXXVIII Междунар. Толстовских чтений, посвященных 194-летию Л. Н. Толстого. Тула: ТГПУ, 2022. С. 58–61.
10. *Кузнецова Н. В.* Диалог двух культур: любовный сюжет в романах «Мадам Бовари» Г. Флобера и «Анна Каренина» Л. Толстого // 2007 – Год русского языка в Удмуртии: Мат. регион. науч.-практ. конф. УдГУ. Ижевск: УдГУ, 2007. С. 138–142.
11. *Купреянова Е. Н.* Структура и эволюция типического характера в системе русского и французского реализма. «Мадам Бовари» Флобера и «Анна Каренина» Толстого. Л.: Наука, Ленингр. отделение, 1976. С. 344–363.
12. *Лотман Ю. М.* Сон – семиотическое окно // Ю. М. Лотман. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки. СПб.: 2000. С. 123–126.
13. *Решетов Д. В.* Романы Г. Флобера «Мадам Бовари» и Л. Н. Толстого «Анна Каренина»: философско-эстетическое осмысление проблемы самоубийства: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.03. Магнитогорск: 2005. 198 с.
14. *Славина О. Ю.* Поэтика сновидений: на материале прозы 1920-х гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. СПб.: 1998. 160 с.
15. *Смольникова Е. И.* Л. Н. Толстой и Г. Флобер. Проблема типологии («Мадам Бовари» – «Анна Каренина») // Филологические науки. 2010. Вып. 13. [Электронный ресурс]. URL: [www.rusnauka.com/13\\_NPN\\_2010/Philologia/](http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Philologia/) (дата обращения: 03.03.23).
16. *Шульц С. А.* «Анна Каренина» Л. Н. Толстого и «Госпожа Бовари» Г. Флобера // Известия Российской Академии Наук. Серия: Литература и язык. Т. 75, № 2, 2016. С. 21–25.

Статья поступила в редакцию 18.02.2023; одобрена после рецензирования 16.03.2023; принята к публикации 16.03.2023.

The article was submitted 18.02.2023; approved after reviewing 16.03.2023; accepted for publication 16.03.2023.

Научная статья

УДК 821.161.1

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/76-84>

## СОНЕТ С. МАЛЛАРМЕ «ЛЕБЕДЬ» В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ ПРОЧТЕНИИ В. Я. БРЮСОВА

**Полина Викторовна Ли<sup>1</sup>**

Научный руководитель: **Галина Ивановна Модина<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

<sup>1</sup>Аспирант, [shmatokpolina@gmail.com](mailto:shmatokpolina@gmail.com), <https://orcid.org/0009-0004-7878-1297>

<sup>2</sup>Доктор филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии, [modina.gi@dvfu.ru](mailto:modina.gi@dvfu.ru), <https://orcid.org/0000-0003-1179-9666>

**Аннотация.** Статья посвящена анализу переводческого восприятия В. Я. Брюсовым сонета С. Малларме «Лебедь» через призму западноевропейской и русской литературной традиции. В статье рассмотрен третий вариант перевода сонета, выполнен сравнительно-сопоставительный анализ оригинального и переводного текстов. В результате исследования выявлено своеобразие брюсовского восприятия образов С. Малларме в контексте творчества отечественных и западноевропейских авторов, а также выделены особенности символистской поэтики Брюсова.

**Ключевые слова:** поэзия, русский символизм, французский символизм, переводческая рецепция, Брюсов, Малларме.

**Для цитирования:** Ли П. В. Сонет «Лебедь» С. Малларме в переводческом прочтении В. Я. Брюсова // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 76–84. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/76-84>.

Original article

## THE SONNET “THE SWAN” BY S. MALLARMÉ IN V. Y. BRYUSOV’S TRANSLATIONAL READING

**Polina V. Li<sup>1</sup>**

Scientific Advisor: **Galina I. Modina<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia

<sup>1</sup>Post-Graduate Student, [shmatokpolina@gmail.com](mailto:shmatokpolina@gmail.com), <https://orcid.org/0009-0004-7878-1297>

<sup>2</sup>Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Romano-German Philology, [modina.gi@dvfu.ru](mailto:modina.gi@dvfu.ru), <https://orcid.org/0000-0003-1179-9666>

**Abstract.** The article discusses Valery Yakovlevich Bryusov’s translation reception of the poem “The Swan” (1885) by Stéphane Mallarmé from the perspective of Western European and

Russian literary traditions. The article views the third variant of Bryusov's sonnet translation, applying the comparative analysis of the original text and its translation. As a result, the specificity of Bryusov's perception of S. Mallarmé's images in the context of domestic and Western European authors' work was determined, and the peculiarities of the Bryusov's symbolist poetics were highlighted.

**Keywords:** poetry, Russian symbolism, French symbolism, translational reception, Bryusov, Mallarmé.

**For citation:** Li P. V. The sonnet "The Swan" by S. Mallarmé in V. Y. Bryusov's // Far Eastern Philological Journal. 2023. V. 1, № 2. P. 76–84. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/76-84>.

Валерий Яковлевич Брюсов (1873–1924) известен не только как поэт, прозаик, драматург, литературный критик и автор работ по истории и литературе, но также благодаря своему внушительному переводческому наследию: он выполнял переводы произведений античности, французских, итальянских авторов, и американской и армянской поэзии.

Известно, что В. Я. Брюсов в разное время придерживался двух основных традиций перевода: буквалистского и вольного. Подробно его путь от вольности к буквализму исследовал М. Л. Гаспаров. В статье «Путь к перепутью» М. Л. Гаспаров характеризует ранний период переводческой деятельности Брюсова как «художественную лабораторию», где перевод для него был способом развития своего собственного художественного метода: «Молодой Брюсов переводил не поэзию, а поэтику. Он выхватывал из переводимого произведения несколько необычных образов, словосочетаний, ритмических ходов, воспроизводил их на русском языке с разительной точностью, а все остальное передавал приблизительно, заполняя контуры оригинала собственными вариациями в том же стиле» [9, с. 7]. К 1900-м гг. Брюсов обретает свой собственный художественный стиль, и в статье «Фиалки в тигеле» (1905) приводит ряд компонентов, призванных воплотить замысел автора: «стиль языка, образы, размер и рифма, движение стиха, игра слогов и звуков». При этом, согласно Брюсову, невозможно при переводе воспроизвести каждый их них, и самое большее, что может сделать переводчик – это воспроизвести «один или в лучшем случае два (большею частью образы и размер)», неизбежно подвергнув изменениям остальные элементы. Наиболее важными элементами Брюсов считал образы и размер, но отмечал, что в некоторых случаях рифмы или общее звучание текста выходит на первый план. Основной задачей переводчика Брюсов считал «выбор такого элемента, который считаешь наиболее важным в переводимом произведении» [3, с. 100]. М. Л. Гаспаров пишет о переводческой программе Брюсова 1910-х гг., что она подразумевала «точность в передаче главного и вольность в передаче второстепенного» [9, с. 11].

Среди поэтов-символистов наиболее часто в переводческой деятельности В. Я. Брюсов обращался к произведениям Ш. Бодлера и П. Верлена, и по этой причине исследователи уделяют большое внимание изучению его рецепции творчества этих поэтов (Е. Г. Фонова, Е. А. Казеева, Т. В. Михайлова, С. В. Файн, Е. М. Белавина и др.). Значимость поэтики С. Малларме в формировании художественных принципов Брюсова на данный момент изучена в меньшей степени.

Сонет С. Малларме «Le vierge, le vivace et le bel aujourd'hui...» (1885 г.) в критической и переводческой традиции чаще называют «Лебедь». Такое название впервые получил третий

вариант брюсовского перевода этого сонета. Особенно часто стихотворение переводилось именно на русский язык. В различных ракурсах его интерпретировали исследователи: С. Н. Зенкин, Н. Б. Маньковская, А. В. Акимова, С. Г. Горбовская, А. де Ля Фортель, О. Е. Гвоздикова, Г. А. Козлова и И. А. Родионова, Т. В. Соколова, А. Р. Копачева, Е. М. Пылаева и др. В нашей работе для анализа перевода В. Я. Брюсова использован сравнительно-сопоставительный метод.

Из автобиографии В. Я. Брюсова известно, что воспитывался он в традициях рационализма и атеизма, ему не позволено было читать сказок, и после детских книжек будущий поэт принялся изучать биографии великих людей: «Эти биографии произвели на меня сильнейшее впечатление; я начал мечтать, что сам непременно сделаюсь “великим”» [1, с. 102–103]. Неудивительно, что, вдохновившись творчеством символистов в 1893 г. во время обучения в гимназии, В. Я. Брюсов поставил перед собой цель стать глашатаем «нового искусства» в России: «Найти путеводную звезду в тумане. И я вижу ее: это декадентство. Да! Что ни говорить, ложно ли оно, смешно ли, но оно идет вперед, развивается и будущее будет принадлежать ему, особенно когда оно найдет достойного вождя. А этим вождем буду Я! Да, Я!» [2, с. 12]. В 1894–1895 гг. публикуются первые лирические произведения Брюсова, вдохновленного творчеством Верлена, Бодлера и Малларме. В поэзии Малларме Брюсова привлекал изобретенный французским поэтом новый таинственный поэтический язык. В отличие от С. Малларме, видевшего смысл искусства в достижении Красоты (поэтического Абсолюта), Брюсов считал важнейшей целью творчества стремление к свободе, выражению личности автора. Согласно его высказыванию в статьях «О искусстве» 1899 г. и «Ключи тайн» 1904 г., символизм должен был стать новым этапом в почти двухсотлетнем процессе освобождения личности от формализма [4; 6]. По мнению Брюсова, «сущность в художественном произведении – душа ее творца», и «все свои произведения художник находит в самом себе» [6].

Одна из особенностей поэтики Стефана Малларме (1842–1898) состоит в стремлении к Идеалу (Красоте, Абсолюту). Вслед за Ш. Бодлером, Малларме принимает поэтику трансцендентности, выражая ее в идее *le Néant* – «ничто»: «обретя Небытие, я обрел и Красоту» [13, с. 378], «пустота, которая есть истина!» [13, с. 388]. По замечанию Г. Фридриха, с 1865 г. Малларме в своих произведениях заменяет образы лазури, сновидения, идеала на «ничто» [16, с. 154], показывая, что воплощение Идеала возможно в его представлении посредством отрицания реального бытия. Выражается эта идея и в тексте Малларме, с усложненным синтаксисом, полным слов с отрицательным значением и отрицательных грамматических конструкций; А. Тибодэ подчеркивал, что ударными словами служат в основном глаголы, тем самым устраняется субъект действия [19, р. 135–142]. Безличность также имела чрезвычайное значение для Малларме в приближении к «ничто»: «Мне нравится прибегать к безличности, которая представляется мне освящением» [18, р. 350]. С образом «ничто» Малларме связывает и выбор колорита, в особенности белого цвета – символизирующего одновременно идеальный мир и мир зла, чистоту и зло, истину и смерть – Малларме ассоциирует его с ощущением холода, возвышенности. В письме другу 1866 году он пишет: «А что касается образов холода, которые я так охотно использую, отвлекаясь от палящего зноя реальности, то знай, что уже месяц я брожу по самым чистым ледникам эстетики» [13, с. 389–390].

Сонет «*Le vierge, le vivace et le bel aujourd’hui...*» относится к позднему периоду творчества Малларме и воплощает его концепцию идеала, поэта и творчества. В стихотворении прекрасный лебедь, скованный льдом, не может оторваться от «ужаса земли». В литературной

традиции образ лебедя принято ассоциировать с поэтом: в оде Горация поэт преображается в белую птицу и ее полет символизировал поэтическое бессмертие. «Лебедь был символом поэта как птица, посвященная Аполлону; считалось, что перед смертью он поет от радости, что душа его уходит к своему богу» [10, с. 440] – отмечает М. Л. Гаспаров. Возникал этот образ и в творчестве Т. Готье, Ш. Бодлера, а позже – Р. М. Рильке, но Малларме использует его совершенно иначе: как подчеркивает Н. Б. Маньковская, он не бунтарь и не имеет наблюдателя, как лебедь Бодлера, он одинок и бессилен [14]. По замечанию С. Н. Зенкина, тема творческого бессилия лейтмотивом проходит через творчество Малларме [13, с. 14].

Текст сонета изобилует словами с отрицательным значением, отрицательными частицами и глаголами в отрицательной форме: *n'ont pas fui* – «не улетели», *sans espoir* – «без надежды», *pour n'avoir pas chanté* – «за то, что не воспел», *nie* – «отрицает», *non l'horreur* – «не от ужаса», *s'immobilise* – «обездвиживается», *inutile* – «ненужного». А. Р. Копачева назвала это стихотворение «белым сонетом» [11, с. 45], так как белый цвет в разных своих проявлениях здесь пронизывает всю атмосферу: *le givre* – «иней», *le transparent glacier* – «прозрачный ледник», *blanche agonie* – «белая агония», *pur éclat* – «чистый блеск», *au songe froid de mépris* – «в холодном сне презрения», и даже девственная чистота лебедя также ассоциируется с белым цветом. Сложный синтаксис с двусмысленно употребленным местоимением *il*, позволяет предполагать, что это местоимение относится либо к «сегодня» (*aujourd'hui*), либо к самому лебедю, и так, по замечанию С. Н. Зенкина, «лебедь утрачивает всякую реальность, растворяется в неопределенности пустого пространства» [13, с. 15].

Впервые на русский язык сонет «Лебедь» перевел В. Я. Брюсов в 1895 г., в этом же году он переработал перевод, создав второй вариант, а третий появился уже в период его переосмысленного взгляда на перевод – предположительно в 1906 г., именно его мы и рассмотрим в нашем исследовании.

В переводе поэтическая форма и оригинальное деление на строки сохранены, однако оригинальная рифма на звук «и» и монотонный ритм утрачены, вследствие чего нарушается бесстрастное настроение стихотворения.

В первом катрене главный герой конкретизирован, что делает его более реальным: оригинальные прилагательные «девственный», «стойкий», «живучий» относятся к лебедю, в оригинале же они могут характеризовать также «сегодня». Переводчик представляет текст как беседу с лирическим героем:

*Бессмертный, девственный, властитель красоты.*

*Ликующим крылом ты разобьешь ли ныне*

*Былое озеро, где спит окован в иней,*

*Полетов ясный лед, не знавших высоты!*

Прилагательное *ivre*, характеризующее крыло лебедя в оригинале, кроме первого значения «опьяненный» также имеет значение «тот, кому тревожит ум восторг, бред, смятение страсти». Брюсов передал этот образ более торжественно и энергично: «ликующим крылом». Воссоздана холодная белая атмосфера французского текста и поэтично передан образ неосуществившихся полетов.

Вторая строфа в интерпретации приобретает бóльшую экспрессию за счет добавления восклицательного междометия, изменения интонации высказывания на восклицательную и вновь лирический герой становится более реальным, так как создающее дистанцию местоимение «il» (он) заменено на «ты». Возникающее обращение подразумевает, что переводчик

вводит мотив бессмысленности бунта, однако у Малларме лирический герой покорен своей печальной судьбе и не пытается освободиться:

*О, лебедь прошлых дней, ты помнишь: это ты!  
Но тщетно, царственный, ты борешься с пустыней;  
Уже блестит зима безжизненных уныний,  
А стран, где жить тебе, не создали мечты.*

Глагол *délivrer* в оригинальном тексте также может иметь значение «создать», «осуществить», и, возможно, Малларме имел в виду, что предсмертная лебединая песня и должна была стать его творением, «местом его обитания». Лебедь Малларме растворяется в окружающей его холодной белизне, но «бессмертный» лебедь Брюсова не соответствует этому «безжизненному» пространству.

Далее Брюсов поддерживает ситуацию противостояния лирического героя враждебному внешнему миру. В оригинале первое предложение может быть интерпретировано двояко: «*Tout son col secouera cette blanche agonie*» – шея стряхивает с себя агонию или же агония сотрясает шею лебеда, и переводчик делает выбор в пользу первого варианта:

*Белеющую смерть твоя колеблет шея,  
Пространство властное ты отрицаешь, но  
В их ужасы крыло зажато, все слабея;*

Лебедь Малларме, смирившийся со своей гибелью, безучастен к действительности, но Брюсов изображает его побежденным в борьбе, он слабеет. Экспрессивная интонация добавлена и в четвертой строфе при помощи восклицательного междометия и двух восклицательных знаков:

*О призрак, в этой мгле мерцающий давно!  
Ты облакаешься презренья сном холодным,  
В своем изгнании, — ненужном и бесплодном!*

Переводчик усиливает противопоставление лебеда его окружению, вводя дихотомию света и тьмы: лебедь мерцает, сияет во мгле. В оригинальном тексте лирический герой замирает в презрении к миру и собственным возможностям, но глагол «облакаешься» в переводе Брюсова создает царственный образ.

Сопоставив текст оригинала с переводом, отметим, что бесплотность образов, единство героя и окружающего мира, созданные Малларме, утрачены при переводе. По замечанию А. де Ля Фортель, появившееся у Брюсова обращение к лирическому герою устраняет «дистанцию между высказывающим и высказываемым» [15, с. 146]. Переводчик изображает почти бесплотного лебеда Малларме осязаемым, приписывая ему безуспешный бунт против враждебного мира. В целом, настроение переведенного текста более экспрессивное и более трагичное.

Образ лебеда использовал в лирике и сам Брюсов: в 1897 г. он пишет стихотворение «Я люблю», посвящая его будущей жене:

*Я люблю тебя и небо, только небо и тебя,  
Я живу двойной любовью, жизнью я дышу, любя.  
В светлом небе — бесконечность: бесконечность милых глаз.  
В светлом взоре — беспредельность: небо, явленное в нас.  
Я смотрю в пространства неба, небом взор мой поглощен.  
Я смотрю в глаза: в них та же — даль пространств и даль времен.*

*Бездна взора, бездна неба! я, Как лебедь на волнах,  
Меж двойною бездной рею, отражен в своих мечтах.  
Так, заброшены на землю, к небу всходим мы, любя...  
Я люблю тебя и небо, только небо и тебя.* [7, с. 141–142]

Брюсов добавил к стихотворению эпиграф – строки из «Лебедя» Ф. И. Тютчева: «между двойною бездной». Две бездны у Тютчева – небо и вода, и лебедь, символический образ поэта, словно балансирует на границе двух миров – мечты и реальности. Поэт сравнивает орла – мужское начало, активное принятие жизненных вызовов, и лебедя – женское начало, покой, движение в потоке стихии. Брюсов указывает на разделение мира у Тютчева на божественную природу и хаос. Орел принадлежит стихии природы, небесам, а лебедь обитает на границе хаоса и порядка [8]. Тютчев считает, что лебедь обладает завидной судьбой – свет небес изливается на него сверху и отражается от воды, и он, как символ поэта принадлежит двум стихиям, двум мирам.

Ф. И. Тютчев в своих произведениях воспевал природу, и излюбленным его приемом, полагал Брюсов, было проведение «полной параллели между явлениями природы и состояниями души. В стихах Тютчева граница между тем и другим как бы стирается, исчезает, одно неприметно переходит в другое», он умел изобразить впечатление от предметов в данный момент. Другим характерным приемом Тютчева Брюсов считал сопоставление разнородных предметов и поиска скрытой связи между ними [8]. Обе эти особенности отразились в его стихотворении «Лебедь».

В тексте произведения Брюсова, как и у Тютчева, возникает двоемирие: поэт в образе лебедя также находится между двумя «безднами», и одна из них – тоже небо, а вторая – «бездна взора». Для Брюсова две эти бездны словно налагаются друг на друга, и обе они символизируют Идеал. Здесь Брюсов воплощает свое видение роли поэта: он может быть служителем искусства, выражать свое творческое «я», и при этом любить женщину. Жизнь и творчество без любви немислимы для поэта, и в этом можно отметить разницу его представления об искусстве с Малларме, который мечтал всецело посвятить себя Абсолюту.

Из русских поэтов, как отметил Д. Е. Максимов, особое место в творческом сознании В. Я. Брюсова занимал А. С. Пушкин [12, с. 16]. В одном из писем 1897–1898 гг. Брюсов утверждал, что его поэзия «родилась от Пушкинской», и несколько позже в черновых заметках называет Пушкина своим героем, которого нужно догнать и обогнать [12, с. 70]. Брюсов часто брал пушкинские строки в качестве эпиграфов своих стихотворений, и поэт незримо сопровождал его на всем творческом пути. Д. Е. Максимов, говоря о невозможности сближения творчества Брюсова и Пушкина, признавал, что творчество Пушкина явилось «образцом, идеальной моделью поэтического мира Брюсова» [12, с. 70–71]. Поэтом «пушкинской плеяды» называл Брюсова А. А. Блок [12, с. 71].

Образ лебедя – прекрасной царевны, обладающей волшебными силами, способной менять облик, возникал в пушкинской. «Сказке о царе Салтане». Вряд ли можно отождествлять сказочный образ Пушкина и символический образ Малларме в переводе Брюсова, однако между ними есть отдаленное родство: изменчивость, красота, магическая сила.

Сонет С. Малларме, возможно, восходит к XX оде Горация, обращенной к Меценату (*Non usitata nec tenui ferar...*), получившей название «Лебедь». Произведения Горация, поэта «Золотого века» римской литературы, читали во все времена и много переводили на разные языки. По мнению К. Элкинс, этим произведением мог быть вдохновлен «Лебедь» Бодлера.

Поэтический сюжет оды изображает превращение поэта в белую птицу, он бежит от зависти, от всего человеческого. Лирический герой просит не скорбеть о нем, ведь он не умирает, а переживает метаморфозу, в ней путь к символическому бессмертию: он будет продолжать жить в своих произведениях.

*Не на непрочных, не на простых помчусь  
Крылах, двуликий, в выпрленном воздухе,  
Поэт, и в землях не замедлю  
Дольше, но, зависти недоступный,*

*Покину грады. Тот я, от бедных кто  
Рожден был предков, тот я, зовешь кого,  
Мой милый Мекенат, избегну  
Смерти, волной не задержан Стига.*

*Вот, вот, ложится кожа на голенях  
Все жестче, птицей делаюсь белую,  
И легкие возрастают сверху  
На раменах и на пальцах перья.*

*Я, чем Дедалов Икар, известнее  
Брега увижу гулкого Боспора,  
Гетулов сирты и пределы,  
Где Гипербореи, певчей птицей.*

*Меня и Колхи и, кто скрывает страх  
Пред строем Марсов, Дак, и предельные  
Гелоны будут знать, изучит  
Мудрый Ибер и из Роны пьющий.*

*К чему на мнимом плач погребении,  
Скорбей постыдность, как и все жалобы,  
Оставь стенанья, и гробнице  
Почестей не воздавай бесплодных.*

Русские переводчики Г. Р. Державин, В. В. Капнист, Н. И. Шатерников и другие, изображая метаморфозу поэта, часто конкретизировали образ птицы, называя ее лебедем. Брюсов поступил иначе: его лирический герой – «птица белая», «певчая птица». В этот период Брюсов принимая буквалистский метод перевода и стремясь к точности, сохранил все мифологические и географические названия оригинала. По словам поэта, он желал в своем переводе дать возможность читателю, не владеющему латинским языком, «читать Горация на латыни» [5, с. 127].

Лебедь Горация в отличие от лебедя Малларме, неспособного оторваться от бременной земли, полон жизни и энергии, он мечтает о славе, и осознает, что он вполне заслуживает ее. Лирическому герою не составляет труда совершить символический побег, измениться, в то

время как лебедю Малларме борьба безразлична, и, осознавая свое бессилие, он погружается в сон презрения. И все-таки, поставив целью создать точный перевод оды Горация, Брюсов привносит в него черты, свойственные символическому воплощению поэта в его переводе сонета Малларме: стремительное движение в «выспренном воздухе».

Различия в отражении Брюсовым оригинальных образов сонета С. Малларме «Лебедь» позволяют рассматривать его вольным (по классификации Р. Р. Чайковского), ведь у Брюсова лебедь трагически гибнет, поверженный враждебным миром. Такую разницу в изображении лирического героя в оригинальном тексте и переводе можно объяснить своеобразием эстетических взглядов Брюсова, и прежде всего отождествление свободы и искусства [6]. Главной своей задачей он видел выражение авторского «я» и мечтал быть «великим поэтом». Бессилие и смирение героя Малларме не нашли отклика у Брюсова, более привлекательными ему представлялись свобода выбора, вечная жизнь и слава поэта-лебедя Горация. Интерпретация образа лебедя в переводческом прочтении Брюсова выражает его собственное понимание поэтического Идеала, а также своеобразие восприятия сонета С. Малларме обусловлено влиянием родной литературы, в частности творчества А. С. Пушкина и Ф. И. Тютчева.

### Список литературы

1. *Брюсов В. Я.* Автобиография. / Русская литература XX в. Под ред. С. А. Венгерова. М., 1914, т. 1. 412 с.
2. *Брюсов В. Я.* Дневники. (1891–1910). Записи прошлого. Воспоминания и письма / под ред. С. В. Бахрушина и М. А. Цявловского. М., 1927. 204 с.
3. *Брюсов В. Я.* Избранные сочинения в двух томах. Т. 2. М.: Гослитиздат, 1955. 576 с.
4. *Брюсов В. Я.* Ключи тайн. Весы. 1904. № 1. [Электронный ресурс]. URL: [http://dugward.ru/library/brusov/brusov\\_kluchi\\_tayn.html](http://dugward.ru/library/brusov/brusov_kluchi_tayn.html) (дата обращения 8.11.2022).
5. *Брюсов В. Я.* Несколько соображений о переводе од Горация русскими стихами. / Мастерство перевода. Сборник восьмой. М.: Советский писатель, 1971. 483 с.
6. *Брюсов В. Я.* О искусстве. М., 1899. [Электронный ресурс]. URL: [http://az.lib.ru/b/brjusow\\_w\\_j/text\\_1899\\_o\\_iskusstve.shtml](http://az.lib.ru/b/brjusow_w_j/text_1899_o_iskusstve.shtml) (дата обращения 8.11.2022).
7. *Брюсов В. Я.* Стихотворения и поэмы / Вступительная статья и составление Д. Е. Максимова, подготовка текста и примечания М. И. Дикман. Л.: Советский писатель, 1961. 912 с.
8. *Брюсов В. Я.* Ф. И. Тютчев. Смысл его творчества. Изд. А. Ф. Маркса. СПб., 1911. [Электронный ресурс]. URL: <http://bryusov.lit-info.ru/bryusov/kritika-bryusova/tyutchev-smysl-ego-tvorchestva.htm> (дата обращения 8.04.2023).
9. *Гаспаров М. Л.* Путь к перепутью (Брюсов-переводчик). / Торжественный привет. Стихи зарубежных поэтов в переводе Валерия / Брюсова. Сост. М. Л. Гаспаров. М.: Прогресс, 1997. С. 5–15.
10. *Гаспаров М. Л.* Примечания. // Гораций. Оды. Эподы. Сатиры. Послания. М., 1970. 478 с.
11. *Копачева А. Р.* Глава 5. Концепт "белый цвет" в поэтических образах французского символизма / А. Р. Копачева // Французский акцент в мировой культуре: К 60-летию Александра Николаевича Таганова / Ответственные редакторы О. Ю. Анцыферова, Ю. Л. Цветков, П. В. Николаева. Иваново: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Ивановский государственный университет", 2010. С. 40–48.

12. Максимов Д. Е. Брюсов. Поэзия и позиция / Русские поэты начала века: Очерки. Л.: Сов, писатель, 1986. 408 с.
13. Малларме С. Сочинения в стихах и прозе: Сборник / сост. Р. Дубровкин. М.: Радуга, 1995. 568 с.
14. Маньковская Н. Б. Лебедь, закованный льдом. Эстетические воззрения Стефана Малларме // Художественная культура. 2020. №1. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lebed-zakovannyyu-ldom-esteticheskie-vozzreniya-stefana-mallarme> (дата обращения: 22.01.2023).
15. Фортель А. де Л. Шарль Бодлер и Стефан Малларме в переводах русских символистов / Modernités russes. 2018. С. 139–147. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.persee.fr/doc/modru\\_0292-0328\\_2018\\_num\\_17\\_1\\_1145](https://www.persee.fr/doc/modru_0292-0328_2018_num_17_1_1145) (дата обращения 8.11.2022).
16. Фридрих Г. Структура современной лирики: От Бодлера до середины двадцатого столетия/ Пер. с нем. и коммент. Е. В. Головина. М.: Языки славянских культур, 2010. 344 с.
17. Elkins K. Stalled Flight: Horatian Remains in Baudelaire's "Le Cygne" / Comparative Literature Studies. 2002. 17 p. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.academia.edu/44702383/Stalled\\_Flight\\_Horatian\\_Remains\\_in\\_Baudelaires\\_Le\\_Cygne](https://www.academia.edu/44702383/Stalled_Flight_Horatian_Remains_in_Baudelaires_Le_Cygne) (дата обращения 24.01.2023).
18. Mallarmé S. Correspondance complète 1862–1871 suivie de lettres sur la poésie 1872–1898 / Ed. établie et annotée par B. Marchal. P., 1999. 450 p.
19. Thibaudet A. La poésie de Stéphane Mallarmé. Paris, 1926. 474 p.

Статья поступила в редакцию 19.02.2023; одобрена после рецензирования 19.03.2023; принята к публикации 19.03.2023.

The article was submitted 19.02.2023; approved after reviewing 19.03.2023; accepted for publication 19.03.2023.

Научная статья

УДК 821.531

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/85-91>

**ПРАВСТВЕННАЯ ДИХОТОМИЯ  
В ХАРАКТЕРОЛОГИИ РОМАНА ЧОН ЮЧЖОН  
«СЕМИЛЕТНЯЯ НОЧЬ»**

**Тихоненко Валентина Александровна**

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия,

кандидат филологических наук, [tikhonenko.va@dvfu.ru](mailto:tikhonenko.va@dvfu.ru), <https://orcid.org/0000-0002-3626-3780>

**Аннотация.** Интерес к проблеме человека и изображению его характера в художественном произведении всегда был и остается высоким. Данная статья развивает тему исследования характерологии личности в аспекте нравственной дихотомии в романе современной южнокорейской писательницы Чон Ючжон «Семилетняя ночь» (2011). Широкая известность романа и его экранизация известным режиссером Чху Чханмином (2018) позволяют говорить об актуальности представленной темы. В ходе исследования установлено, что автору романа важнее было не только обозначить безнравственные поступки людей и дать им недвусмысленную оценку, но указать на многомерную природу личности, показать всю сложность и неоднозначность человеческих поступков, дихотомию характера. Статья нацелена на изучение воплощенной в романе дихотомии нравственных категорий, её роли в моделировании человеком мира и себя в мире в ситуации выбора. В статье рассматриваются структурно-композиционные черты романа «Семилетняя ночь», определяются мотивы поступков фокальных персонажей, обнаруживается и интерпретируется дихотомия нравственных категорий и полярность человеческой природы.

**Ключевые слова:** современная корейская литература, жизнь и мораль, пороговый выбор, человеческая натура, нравственная дихотомия.

**Для цитирования:** Тихоненко В. А. Нравственная дихотомия в характерологии романа Чон Ючжон «Семилетняя ночь» // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 85–91. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/85-91>.

Original article

**MORAL DICHOTOMY  
IN THE CHARACTEROLOGY OF THE NOVEL BY JEONG YOU-JEONG  
“SEVEN YEARS OF DARKNESS”**

**Valentina A. Tikhonenko**

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia,

Candidate of Philological Sciences, tikhonenko.va@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3626-3780>

**Abstract.** Interest to the problem of a person and its character depiction in literature has always been and remains high. The article develops the topic of personality characterology studies in the aspect of moral dichotomy in the novel “Seven Years of Darkness” by the modern South Korean writer Jeong You-jeong. The wide popularity of the novel and its film adaptation (dir. Chhu Chang-min, 2018) proves the relevance of the presented topic. The analysis states that it was more important for the author of the novel not to identify immoral acts of people and give them an unambiguous assessment, but to point out the multidimensional nature of the personality, to show the complexity and ambiguity of human actions in the context of Korean culture.

**Key words:** modern Korean literature, life and morality, threshold choice, human nature, moral dichotomy.

**For citation:** Tikhonenko V. A. Moral dichotomy in the characterology of the novel by Jeong You-jeong “Seven Years of Darkness” // Far Eastern Philological Journal 2023. V. 1, № 2. P. 85–91. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/85-91>.

Человек постоянно сталкивается с необходимостью выстраивать свое поведение по альтернативным вариантам, и его индивидуальная система нравственных ценностей, которая составляет (должна составлять) основу человеческого существования, нередко сказывается на судьбе окружающих. Выбор той или иной позиции в критической ситуации определен не только духовно-нравственной составляющей личности, предполагающей способность (или неспособность) нести ответственность за совершаемые поступки, но часто и дихотомией нравственных категорий.

Под нравственной дихотомией понимается единство двух противоположных начал, существующих в многомерной природе человека и проявляющихся в его поступках. В Большом энциклопедическом словаре, оставленном В.С. Безруковым, нравственная дихотомия определена как «принцип построения системы нравственных понятий, основанный на делении целого на две полярные и взаимно исключающие части» [3]. Этим обусловлена возможность диаметрально противоположных, отвечающих нравственной норме, либо противоречащей ей решений в пороговой ситуации выбора.

Среди современных южнокорейских писателей, отразивших в художественном произведении проблематику порога, нравственного выбора, особое место принадлежит Чон Ючжон, чья писательская карьера началась с романа «내 인생의 스프링 캠프» («Весенний лагерь моей жизни», 2006), получившего литературную премию Segye Youth (2007). Спустя два года, Чон

Ючжон была награждена литературной премией Segye Ilbo за роман-триллер «내 심장을 쏘라» («Выстрел в сердце», 2008). Критики отметили актуальность его проблематики, сложность композиции, колкий юмор и неожиданные сюжетные повороты [8].

В 2011 г. Чон Ючжон опубликовала психологический триллер «Семилетняя ночь», и в этом жанре обрела собственную манеру письма. Роман стал бестселлером, а его автор получил международную известность как один из самых популярных современных южнокорейских писателей [6], [7].

Термин «триллер» употребляется по отношению к литературным произведениям с 1880-х г. Название жанра происходит от английского слова «thrill». На русский язык его можно перевести как «трепет», а триллер – произведение, вызывающее у читателя чувство тревожного ожидания, волнения или страха на разных стадиях сюжета. Американский писатель Джеймс Паттерсон, по праву считающийся мастером этого жанра, заметил: «Если триллер не в состоянии щекотать нервы, значит, он не справляется со своей работой» [5, с. 111].

Контаминированным жанром триллера «на стыке» психологического и детективного дискурса является психологический триллер. Ему характерна структура с обратной схемой развития сюжета, постепенное раскрытие узловых моментов сюжетных линий со все возрастающим напряжением вплоть до кульминационных событий. «Проявлениями психологизма в триллере можно считать художественное изображение внутреннего мира противодействующих героев, описание их душевного мира и различных психологических состояний и переживаний» [1, с. 211]

Рассматриваемый в данной статье психологический триллер «Семилетняя ночь» имеет сложную пространственно-временную структуру и композицию, в которой события представлены глазами нескольких персонажей, находящихся в разном времени и пространстве по отношению к пространству и времени главного сюжетного узла романа. В основе композиции лежит принцип ретроспекции. Развитие действия не линейно, а инверсионно: настоящее смыкается с прошедшим, хронотоп романа становится и полиструктурным, что позволяет автору удерживать внимание читателя во все нарастающем напряжении.

С первых страниц романа убийца известен, автор дает возможность читателю постепенно осмыслить всю особенность той правды, которая заключена в сюжетной канве событий, представленных нарративом нескольких персонажей с разных точек зрения, и поразмышлять над поливалентностью человеческой природы. Хронотопические сдвиги в романе выполняют не только функцию «перемещения героев» относительно главной сюжетной линии, но играют роль задержанной экспозиции, предшествующей настоящим событиям, объясняют их и подводят читателя к размышлению. Таким образом, нравственная дихотомия в характерологии романа обнаруживается в различии точек зрения каждого из героев, определяет для них контуры внешнего мира и происходящих в нем событий.

В качестве героев романа писательница избирает людей разного возраста и социально дифференцированных, поднимая общие для всех темы – насилие в семье, ответственность детей за родительские поступки, инфантильность и амбивалентность взрослых. Обнажая частные проблемы каждой отдельной семьи, Чон Ючжон имплицитно поднимает общие вопросы нравственности: как согласуется жизнь и мораль? насилие и семья? можно ли пожертвовать жизнью чужого ребенка, пусть даже погибающего по роковой случайности, ради «благополучия» собственной семьи?

Размышляя над антитезой «нравственность-безнравственность», Чон Ючжон обнаруживает, что человек по своей природе не статичен, его характер амбивалентен и, попадая в условия нравственного порога, способен на крайне безнравственный выбор.

В центре трагического события, выстраиваемого в сюжетной канве романа, оказывается талантливый и некогда известный бейсболист Чхве Хёнсу, чья карьера на пике популярности была прервана из-за неврологического заболевания, и он был вынужден устроиться на должность охранника речной дамбы. Будучи за рулем в состоянии опьянения, он сбивает ребенка, маленькую девочку.

Автор создает не описательный, но аналитический портрет Чхве Хёнсу, уделяя внимание не столько чертам внешности героя, сколько нюансам его индивидуальности. Прозвище «Воротила», а также «врожденная сила и пронизательный взгляд, помогающий правильно оценить ситуацию», указывают на физическую силу и смысленность Чхве Хёнсу, а замечание о том, что ему «не хватало смелости», указывает на нравственно-психологические качества, свойственные герою. Кардинальные изменения в его настроениях и образе жизни происходят, когда он, на пике своей карьеры, вследствие неврологического заболевания и паралича левой руки, вынужден был оставить профессиональный спорт и искать другую работу. Изображая кризисный для Чхве Хёнсу период, автор исследует психологическое состояние героя, обнажающее антиномии его характера: «С тех пор, как он ушел из бейсбола, он стал еще и пьяницей» [4, с. 135].

Примечательно, что для «Воротилы-Чхве Хёнсу» преодоление собственной «несостоятельности» и достижение «гармонии» возможно и допустимо только в состоянии опьянения. По мысли автора, алкоголизм и уход от ответственности не могут быть оправданы профессиональным «поражением», они заложены в натуре героя. Именно поэтому динамика развития образа Чхве Хёнсу ориентирована на раскрытие его многомерной природы, в частности дихотомии характера, на возможность и допустимость им крайне безнравственного поступка.

Обстоятельства трагедии открывают перед Чхве Хёнсу два возможных пути: отвезти сбитую им девочку в больницу и дать ей шанс на возможное спасение или же покинуть место преступления, избавившись от улики, тем самым обречь ребенка на неминуемую смерть.

Не в силах разрешить внутренний конфликт с совестью Чхве Хёнсу пытается сделать виновной (*и так ему кажется. – Прим. Т. В.*) пострадавшую девочку: «Кто ты такая? Если хотела умереть, то надо было броситься в озеро, а не под машину бедного мужчины» [4, с. 123]. Полагая, что девочка мертва, он считает возможным пожертвовать ребенком ради благополучия собственной семьи.

Примечательно, что в корейском обществе человек вплотную встроен в систему родственных отношений и фактически не обладает автономией, поэтому трагическая авария на дороге и опозоренное имя нередко ложатся пятном на репутацию семьи. В момент осознания произошедшей аварии мысли Чхве Хёнсу сосредоточены не столько на выяснении жива ли девочка, сколько на том, есть ли свидетели аварии и что будет с ним и его семьей после: «Мысли о больнице или о спасательной службе были за пределами его сознания», «через трещины лобового стекла он увидел Ёнчжу и Совона (*жену и сына – прим. Т. В.*), <...> увидел квартиру, которую они купили с большим риском, отдав всё, что имели. И где теперь они должны жить?» [4, с. 122].

Произошедшую аварию Чхве Хёнсу считал несправедливой трагической случайностью. Себя определял, как человека безобидного, который «за всю свою жизнь и мыши не убил. Ни одного преступления не совершил <...>, никому не разрушил судьбу» и всего лишь

хотел от жизни немногого: «прокормить свою семью, вырастить сына и иметь возможность выпить одну-другую рюмочку соджу<sup>1</sup>, когда ему этого захочется» [4 с. 123].

Между тем решение Чхве Хёнсу избавиться от тела ребенка и улики ради «благополучия» собственной семьи не может быть оправданием, а является проявлением дихотомии характера: «Гнев, таившийся где-то в глубине и заслонённый испугом, разгорелся внутри него и перекинулся на девочку» [4, с.123]. В тот момент, когда выясняется, что девочка все-таки жива, он сам лишает ее жизни, так в пороговой ситуации Чхве Хёнсу проявляет дуальные стороны своей натуры безобидного, как он сам считал, человека: «в нагрудном кармане зазвенел мобильник..., сердце оглушительно застучало. В этот момент глаза девочки, похожие на черные дыры, резко открылись <...>. Сам того не замечая, он закрыл её рот рукой» [4, с. 123].

Двойственность в нормах нравственности и ответственности обуславливают дихотомию характера героя. Подтверждение этому мы находим во внутреннем монологе Чхве Хёнсу. Он не может признаться себе в совершенном им убийстве, и внутренний голос напоминает ему о содеянном: «В темноте Хёнсу увидел свою белеющую руку. Она хотела поднять девочку, а левая рука, свирепая и ужасно сильная, как акула, потеряв над собой контроль, зажала ребенку рот. Девочка начала извиваться и через некоторое время затихла. Голова свесилась на бок, ноги и руки обвисли.

Хёнсу покачал головой и захныкал как ребенок. Это не моя рука.

Голос спросил: Тебе показать еще?

Он увидел себя в тумане. Несущего тело девочки» [4, с. 124].

На протяжении всего повествования автор указывает на нравственную систему ценностей, которая составляет (должна составлять) основу человеческого существования. В соответствии с конфуцианскими традициями в Корее, природе корейца присущи так называемые пять постоянств/ добродетелей, которые выражаются в пяти базовых категориях конфуцианской этики: гуманность, чувство долга, благопристойность, мудрость и искренность. Эти нравственные нормы абсолютны и неизменны, хотя в разных ситуациях и отношениях проявляются по-разному. И, как становится ясно из поступка Чхве Хёнсу (и подтверждается другими событиями в романе), даже не преступавшему законы нравственности человеку, свойственно нарушать конфуцианские каноны. Таким образом психологизм выходит на первый план повествования. Особое настроение создает пейзаж, мотивы дождя и тумана сопровождают основные события и последствия роковой для Чхве Хёнсу ночи: «Дорога перед особняками была в тумане. На стекла веранды одна за другой падали капли дождя» [4, с. 57.]; «Туман заслонил мост, как бетонная стена» [4, с. 110]; «Здесь туман был еще плотнее. Накрапывал дождь» [4, с. 111]; «Шёл дождь. Он не лил как из ведра, а моросил, чем-то напоминая туман» [4, с. 139]; «До сих пор шел дождь, а туман был плотнее, чем вчера ночью» [4, с. 155]; «Туман был очень густым, дождь и порывы ветра ухудшали видимость» [4, с. 340]; «Небо затянуто тучами. Воздух тяжелый и тихий» [4, 413]. Пейзаж усиливает эмоциональный фон переживаний героя, оставшегося без любимого дела, пристрастившегося к алкоголю, разрушившего отношения с женой. Одно оставалось неизменным для Чхве Хёнсу – он бесконечно любил сына Совона.

Сам Совон пытается разобраться в событиях той страшной ночи, произошедшей семь лет назад, что унесла жизнь его матери, половину жителей деревни Серён и сделала его отца маньяком-убийцей. Двенадцатилетний тогда подросток чудом избежал гибели, но

<sup>1</sup> Соджу (кор. 소주, 燒酒) – традиционный корейский алкогольный напиток.

сохранённая жизнь обернулась для него настоящей пыткой: семь лет клеймо сына маньяка и убийцы преследует подростка, где бы он ни был., Скрытый враг – отец девочки, О Ёнчжэ – преследует Совона из года в год, разрушая его попытки жить новой жизнью. Совон скитается по родственникам, периодически меняя школу: «Спустя три месяца дядя отправил меня к своей старшей сестре. А она через три месяца отвезла меня ко второй тёте... Куда бы меня ни отправляли, везде моё положение было одинаковым», «Я был сыном мужчины, который совершил страшное это преступление. <...> За это меня бесконечно наказывали» [4, с. 21, с. 468].

Любовь Совона к отцу-убийце не иссякает абсолютно. Чон Ючжон тонко, но в то же время выразительно изображает неуспокоенность его души: «Когда я кочевал по родственникам никто меня не отвел к папе. А когда я начал жить с Сынхваном, папа отказывался со мной встречаться» [4, с. 467]. Мальчик готов встретиться с отцом, он обладает эмпатией и способен прощать, в нем нет озлобленности и ненависти, и Совон желает разобраться в событиях той роковой для его отца ночи.

Примечательно, что Чхве Хёнсу в дальнейшем готов признать свою вину в убийстве ребенка и нести ответственность, в отличие жаждущего мести О Ёнчжэ.

О Ёнчжэ – влиятельный землевладелец в деревне и владелец крупной стоматологической клиники в городе. Это жестокий и развращённый человек, он не обременяет себя нравственными понятиями и смысл жизни видит в «исправлении» окружающего мира. Для него конфуцианские догмы неактуальны, привычные человеческие ценности морали и нравственности стёрты. Кожаный ремень и розги – инструменты для «указаний на ошибки» членам семьи. [4, с. 106]. Свой «шедевр» – идеальную семью, О Ёнчжэ создает «исправлениями» ненадлежащего, по его мнению, поведения дочери и супруги. Для разрешения любой ситуации у него всегда один способ: «ударить <...> кулаком, а потом стегать розгами. Розгами по голому телу» [4, с. 101].

Автор не изображает процесса атрофии чувств и нравственных понятий О Ёнчжэ. Очевидно, Чон Ючжон было важнее показать безнравственный тип «эмоционально умершей личности», нежели проследить динамику его характера. Поэтому образ О Ёнчжэ имеет одну доминанту характера – бесчеловечность.

Примечательно то обстоятельство, что сначала О Ёнчжэ мстит жене, убежавшей от него, оставившей ребёнка в надежде позже, через суд забрать девочку. Но, лишившись и жены, и дочери, он находит другой смысл существования – «исправить» жизнь врага в лице Чхве Хёнсу и его близких.

Таким образом, в контексте бинарной оппозиции Чхве Хёнсу и О Ёнчжэ автор показывает личности двух отцов с разных точек зрения: каждый из них поочередно становится то палачом, то жертвой, пребывая в напряженной схватке друг с другом. Так Чон Ючжон анализирует не только ракурсы безнравственности, поражающей людей, но и поливалентность человеческой природы, обнаруживая ее сложность и неоднозначность, непредсказуемо проявляющую себя в сложных пограничных ситуациях

### Список литературы

1. *Есин А.Б.* Психологизм // Введение в литературоведение. Литературное произведение: основные понятия и термины / под ред. Л.В. Чернец. М.: Высшая школа, 2004. С. 211–223.
2. *Малейчук Г.И.* Психологические аспекты выбора [Электронный ресурс]. URL: <https://www.b17.ru/article/762/> (дата обращения: 18.01.2023).

3. *Большой энциклопедический словарь* [Электронный ресурс]. URL: <http://cult-lib.ru/doc/dictionary/spiritual-culture/fc/slovar-205-4.htm> (дата обращения: 18.01.2023).
4. Чон Ючжон. Семилетняя ночь / [пер. с корейского А. В. Погадаевой, Чун Ин Сун]. Москва: АСТ. 2019. 528 с.
5. *Patterson J. Thriller*. Ontario, Canada: MIRA Books, 2006. 568 p.
6. 영화 '7년의 밤' 정유정 베스트셀러 원작, OCN에 편성, 원작소설과 어떻게 다른가? [Электронный ресурс]. URL: <https://jjplayground.tistory.com/681> (дата обращения: 18.01.2023).
7. 7년의 밤, 정유정 작가 베스트셀러X추창민 감독의 만남...기대감 상승. URL: <https://www.hankyung.com/entertainment/article/2018022752111> (дата обращения 18.01.2023).
8. <http://www.sportsq.co.kr/news/articleView.html?idxno=31482> (дата обращения: 30.03.2023).

Статья поступила в редакцию 22.02.2023; одобрена после рецензирования 21.03.2023; принята к публикации 21.03.2023.

The article was submitted 22.02.2023; approved after reviewing 21.03.2023; accepted for publication 21.03.2023.

Научная статья

УДК 81.253

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/92-98>

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО КОНФЛИКТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ РОМАНА Х. ХОССЕЙНИ “THE KITE RUNNER” НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Александр Витальевич Луговской<sup>1</sup>, Владимир Алексеевич Митякин<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Россия

<sup>1</sup>Кандидат филологических наук, старший преподаватель, [lugovskoy\\_2004@mail.ru](mailto:lugovskoy_2004@mail.ru),

<https://orcid.org/0000-0003-1846-4316>

<sup>2</sup>Студент, [2017101034@pnu.edu.ru](mailto:2017101034@pnu.edu.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме передачи художественного конфликта при переводе литературного произведения с английского языка на русский. Цель исследования состоит в определении степени адекватности литературного перевода в аспекте передачи художественного конфликта. Исследование выполнено на материале англоязычного романа Х. Хоссейни “The Kite Runner” и его русскоязычного перевода «Бегущий за ветром», осуществленного С. Соколовым. Были выделены три ведущих типа конфликта в романе: межличностный конфликт, конфликт между человеком и обществом и внутренний конфликт. Сравнительному анализу подверглись лингвостилистические средства создания конфликта в произведении и его передачи в переводе.

**Ключевые слова:** конфликтология, художественный конфликт, художественный перевод, афгано-американская литература.

**Для цитирования:** Луговской А. В., Митякин В. А. Особенности передачи художественного конфликта при переводе романа Х. Хоссейни “The Kite Runner” на русский язык // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 92–98. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/92-98>.

**THE TRANSFER OF LITERARY CONFLICT IN THE RUSSIAN TRANSLATION OF KHALED HOSSEINI'S "THE KITE RUNNER"****Alexander V. Lugovskoy<sup>1</sup>, Vladimir A. Mitiakin<sup>2</sup>**<sup>1, 2</sup>Pacific National University, Khabarovsk, Russia<sup>1</sup>Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer, lugovskoy\_2004@mail.ru,<https://orcid.org/0000-0003-1846-4316><sup>2</sup>Student, 2017101034@pnu.edu.ru

**Abstract.** The article deals with the problem of literary conflict transfer through literary translation from English into Russian. The study aims to identify the level of translation adequacy through the perspective of conflict transfer. The research was conducted on the material of the original American novel "The Kite Runner" by Khaled Hosseini and its Russian translation done by Sergey Sokolov. There were identified three types of conflict: interpersonal conflict, the conflict between a person and society, and intrapersonal conflict. Comparative analysis was implemented to study the linguistic means of conflict representation in the original text and conflict transfer in the translation of the novel.

**Key words:** conflict studies, literary conflict, literary translation, Afghan-American literature.

**For citation:** Lugovskoy A. V., Mitiakin V. A. The transfer of literary conflict in the Russian translation of Khaled Hosseini's "The Kite Runner" // Far Eastern Philological Journal 2023. V. 1, № 2. P. 92–98. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/92-98>.

Художественный конфликт является одним из главных понятий литературоведения. Отталкиваясь от общесемантического наполнения данного понятия как некоторого противоречия и разногласия, теория литературы рассматривает конфликт как столкновение, борьбу, лежащие в основании развития сюжета художественного произведения [1, с. 155]. Проблема конфликта в литературе рассматривается такими исследователями, как Д. Шипли, О. И. Федотов, А. Богуславский, Н. Д. Тamarченко, Л. К. Нефёдова. Однако изучению конфликта в аспекте художественного перевода уделено недостаточно внимания.

В качестве основного метода, использованного в исследовании, применялся сравнительно-сопоставительный анализ текстов оригинального произведения и его русскоязычного перевода. Использование в рамках данного метода приемов стилистического и интерпретативного анализа позволило дать более полное представление о специфике созданного автором художественного конфликта и особенностях его передачи при переводе.

Литература является неиссякаемым источником для пополнения теории конфликта, в художественных текстах возникают образы и ситуации, которые получают дальнейшее осмысление в конфликтологии. Л. К. Нефёдова справедливо замечает: «Художественная литература дает яркое представление о конфликтном процессе, выявляя в нем общее и особенное, рассматривая возможности преодоления конфликта, раскрывая его философский смысл» [2, с. 7].

Действительно, конфликт литературного произведения не ограничивается пространством художественного мира, но и очерчивает необходимую область художественной

действительности, достаточную для претворения конфликтосодержащей проблематики, черпающей свое наполнение из самой жизни.

Художественный конфликт не однороден. В литературном произведении можно выделить различные проявления конфликта и его разновидности. Уже стала традиционной классификация, предложенная Д. Шипли, выделившего три основных типа конфликта. К первому типу относится конфликт между двумя персонажами произведения, например, между героем и злодеем. Второй тип включает в себя конфликт, возникающий между человеком и обществом. Что касается третьего типа конфликта, он относится к внутренним противоречиям самого героя [8, с. 119].

Следуя за Д. Шипли, мы подвергаем анализу три типа конфликта, наиболее полно раскрывающиеся в романе «Бегущий за ветром», условно определяя их как межличностный конфликт, конфликт между человеком и обществом и внутренний конфликт.

Прежде чем перейти непосредственно к анализу, немного остановимся на самом романе. Произведение Халеда Хоссейни «The Kite Runner» было написано в 2003 году. Действие романа происходит в Афганистане в семидесятые годы XX в., в основе сюжета история дружбы двух друзей, Амира и Хасана. Оба друга становятся заложниками сложившихся обстоятельств как личного, так и политического характера, в результате чего Амир с отцом вынужден бежать из страны. Спустя много лет герой вернется на родину, чтобы услышать о трагической истории Хасана и спасти его сына.

Межличностный конфликт в романе представлен враждой, возникшей между главными героями и их антагонистом – Асефом. Именно он становится причиной раздора между Амиром и Хасаном, унизив последнего в детстве, а уже во взрослой жизни продолжая издеваться над его сыном – Сохрабом.

Рассмотрим пример, в котором повзрослевший Амир, приехав в Афганистан из США, сталкивается с Асефом, удерживающим в плену Сохраба.

Таблица 1

### Пример реализации межличностного конфликта

<p>«He brushed his lips against Sohrab's ear, kept his eye on me. "I heard your father died. Tsk-tsk. I always did want to take him on. Looks like I'll have to settle for his weakling of a son"» [6, p. 258].</p>	<p>«Он поцеловал Сохраба в ухо. – Я слышал, твой отец умер. Тц-тц-тц. Вот бы с кем я хотел потягаться. Ну да ничего. И сынок-слонтяй сойдет» [5, с. 309].</p>
---	---

Х. Хоссейни использует фразовый глагол «brush against» – «мягко касаться» ('to touch someone or something very gently' [7, с. 183]), описывая ситуацию, в которой Асеф приблизился к Сохрабу, чтобы что-то сказать ему на ухо. Однако при переводе используется замена фразового глагола словом «поцеловать». Возможно, автор перевода хотел намекнуть читателям о недобрых намерениях Асефа по отношению к ребенку, учитывая развратность личности Асефа, о чем читатель узнает ранее в романе.

Упомянув отца Сохраба, Асеф говорит: «I always did want to take him on» (букв.: я всегда хотел сразиться с ним). Данное выражение было переведено как «вот бы с кем я хотел потягаться». В целом такой перевод можно считать адекватным: Асеф намекает не только на

враждебность отношений с Сохрабом, но и на проходившие в детстве героев соревнования по запуску воздушных змеев, победителями которых когда-то стали Амир и Хасан.

Особое внимание обращает на себя фраза «*I always did want*» (букв.: *я всегда хотел*), в которой используется добавление вспомогательного глагола «*do*» в форме времени Past Simple. Автор использует этот грамматический прием для эмфатического усиления глагола «*want*», чтобы показать сильное намерение и желание сразиться или потягаться с отцом Сохраба еще в детстве. Однако в русском языке данное грамматическое явление невозможно передать прямым переводом. Эмфаза зачастую компенсируется использованием таких наречий степени, как «очень», «сильно», «действительно» и др., а в нашем конкретном случае – добавлением частицы «*вот*».

Х. Хоссейни показывает читателю, что за все эти годы Асеф не изменился и по-прежнему продолжает оскорблять и унижать людей, однако теперь он повзрослел, и в его руках больше власти. Он называет Сохраба «*weakling*» (букв.: *слабак*). Данное существительное передается переводчиком словом «*слюнтяй*». Употребляя слово со сниженной стилистической окраской, С. Соколов подчеркивает отрицательную речевую характеристику Асефа, позволяющую сохранить негативное отношение читателя к Асефу на протяжении всей книги.

Ниже рассмотрим пример реализации конфликта между человеком и обществом и особенности его передачи в русскоязычном переводе романа. Одним из проявлений данного типа конфликта является расизм, характеризующий отрицательное отношение отдельных групп, проживающих в Афганистане, к хазарейцам – представителям ираноязычного народа, населяющего эту страну.

Проблема расовой дискриминации в отношении хазарейцев актуальна и в настоящее время, несмотря на тот факт, что они являются коренным народом Афганистана, составляя примерно 10% населения страны. Согласно одной из теорий, хазарейцы жили на данной территории еще во времена Александра Македонского. Более популярные теории рассматривают хазарейцев как потомков монгольских воинов, расселившихся в центральной части современного Афганистана во время завоеваний Чингисхана и правления его внуков, Хулагу-хана и Менгу-каана, в XIII в. [4, с. 10–12].

Обратимся к фрагменту из текста, описывающему ситуацию, в которой Хасан становится мишенью для издевательств со стороны группы афганских военнослужащих.

Таблица 2

**Пример реализации конфликта между человеком и обществом**

<p>«<i>“You! The Hazara! Look at me when I’m talking to you!” the soldier barked</i>» [6, p. 7].</p>	<p>«<i>Ты! Хазара! Я с тобой говорю! Ну-ка, посмотри на меня! – рявкнул солдат</i>» [5, с. 15].</p>
--	---

Один из солдат грубо обращается к Хасану, намеренно подчеркивая национальность последнего (*The Hazara*), в чем уже проявляются расистские наклонности военного – представителя этнического большинства.

Отрицательное отношение к Хасану передается и через обращение «*You!*». Оба обращения (*You! The Hazara!*) выполняют не только звательную, но и эмоционально-оценочную функцию, что подчеркивается их обособлением, а также использованием в речи повели-

тельного наклонения и восклицательных знаков. С. Соколов буквально переводит обращения, а также вводит дополнительный восклицательный знак за счет членения более длинного предложения. Тем самым создается эмфатическое усиление переводного текста, что еще ярче передает грубость и нетерпимость обидчика.

Отметим употребление глагола «*barked*», переведенного как «*рвякнул*». В английском глаголе заложена семантика громкости и злости (*bark* – ‘to say or shout something in a loud angry voice’ / «сказать или прокричать что-то громким, сердитым голосом» [7, с. 105]). Переводчик сохраняет данную семантику: в русском языке глагол «*рвякать*» означает «*кричать слишком громко и сердито*» [3, с. 1022]. В обоих текстах ребенок представлен как объект грубого обращения по национальному или расовому признаку.

Третий тип конфликта, представленный в романе – внутренний конфликт – получает наибольшую выраженность, что немало обусловлено и спецификой самого повествования, ведущегося от лица главного героя – Амира. По сути, весь сюжет разворачивается вокруг данного персонажа, являющегося свидетелем разнообразных внешних конфликтов, наполнивших его жизнь. При этом суть внутреннего противоречия героя определяет душевный разлад, появившийся в результате полученной в детстве психологической травмы: Амир становится невольным свидетелем сцены насилия над Хасаном со стороны Асефа и его поделщиков. Однако, вместо того чтобы помочь своему другу, Амир покидает место совершения преступления и решает порвать отношения с Хасаном.

Проанализируем отрывок из произведения и его перевод, в котором внутренний конфликт раскрывается наиболее полно.

Таблица 3

### Пример реализации внутреннего конфликта

<p>«<i>I had one last chance to make a decision. One final opportunity to decide who I was going to be. I could step into that alley, stand up for Hassan – the way he’d stood up for me all those times in the past – and accept whatever would happen to me. Or I could run. In the end, I ran. I ran because I was a coward. I was afraid of Assef and what he would do to me. I was afraid of getting hurt</i>» [6, p. 72].</p>	<p>«<i>Надо решаться. Еще можно изменить свою судьбу. Подняться, вступить за Хасана – как он частенько заступался за меня, – и будь что будет. А можно и убежать. И я убегаю. Я смываюсь, потому что трус. Я боюсь Асефа. Какое унижение он придумает для меня? А вдруг мне будет больно?</i>» [5, с. 93]</p>
---	---

При анализе оригинального и переводного текста интерес вызывает то, как передается динамика событий. В первом случае это происходит за счет употребления параллельных конструкций с анафорическим повтором (*I could, I was afraid*) и подхвата (*In the end, I ran. I ran because I was a coward*). В переводном тексте переводчик прибегает к различным видам трансформаций, прежде всего, опущению, членению и компенсации.

Переводя оригинальную фразу «*one final opportunity to decide who I was going to be*» (букв.: *последняя возможность решить, кем я стану*) на «*еще можно изменить судьбу*», С. Соколов более драматично передает сложность выбора Амира посредством введения слова «*судьба*». Сила внутреннего конфликта возрастает, так как семантически существительное

«судьба» связано с такими экзистенциальными понятиями, как «жизнь», «будущее», «предназначение», «предопределение» и др. Тем самым переводчик дает понять, что в момент принятия решения должен произойти самый главный, судьбоносный, выбор в жизни героя.

Суть внутреннего конфликта героя передается в оригинальном тексте антитезой. Герой будто взвешивает два противоположных действия: остаться ли на месте и помочь другу или убежать прочь. Грамматически это создается при помощи введения модального глагола «*could*». В тексте перевода использованы начальные формы глаголов: «*решаться*», «*подняться*», «*вступиться*», «*убежать*». В каком-то смысле в данном моральном выборе прослеживается долгая литературная и переводческая традиция использования инфинитивов для передачи внутреннего морального выбора. Достаточно упомянуть классические шекспировские строки «*To be, or not to be*», экзистенциальный потенциал которых давно превзошел пределы внутреннего выбора Гамлета. Переводческое решение в данном случае оправдано. Остроту конфликта в русскоязычном переводе передает и использование настоящего времени, позволяющего приблизить читателя к разворачивающимся событиям.

Примечательно и употребление глагола «*ran*» (*убежал*), переданного глаголом «*смыкаться*» – словом со сниженной стилистической окраской. Автор перевода подчеркивает, насколько Амир испуган ситуацией и собственной трусостью, поэтому переводческое решение в данном случае обосновано.

Общим в переводе анализируемого отрывка является частое использование безличных и неопределенно-личных предложений. Отчасти это объясняется синтаксическими особенностями двух языков, например, в отношении перевода конструкций типа «*I like*», «*I am afraid*» выражениями «Мне нравится», «Мне страшно» и т. п. С другой стороны, автор перевода будто лишает Амира самостоятельности в принятии решений, нивелируя его личную ответственность. Это особенно заметно в переводческой замене фразы «*and accept whatever would happen to me*» на «*будь что будет*». В переводе акцент делается на бытийности, а не на деятельности главного героя, предоставляющего самой судьбе решать за него.

Таким образом, проведенный анализ позволяет заключить, что конфликт играет существенную роль в организации художественного мира романа Х. Хоссейни, использующего многообразие лингвостилистических средств для выражения различных типов художественного конфликта. Для создания конфликта автор романа использует антитезу, синтаксический параллелизм, повторы, эмоционально окрашенную лексику и другие средства.

Анализ перевода романа показал, что С. Соколовым были использованы различные переводческие приёмы и трансформации, в частности добавления, опущения, компенсации, замены и другие средства передачи художественного конфликта. Проведенный анализ позволяет сделать вывод об адекватности перевода оригиналу и высоком качестве передачи художественного конфликта при художественном переводе исследуемого романа.

В дальнейшем исследовании представляется целесообразным провести анализ художественного конфликта на большем объеме материала, что поспособствует лучшему пониманию проблемы создания художественного конфликта в англоязычном литературном произведении и его передачи в русскоязычном переводе.

### Список литературы

1. Богуславский А. Конфликт // Словарь литературоведческих терминов / под ред. Л. И. Тимофеева и С. В. Тураева. М.: Просвещение, 1974. С. 155–156.
2. Нефёдова Л. К. Онтология культурного конфликта в европейской драме: Античность – Новое время : монография. 2-е изд., стер. М.: Флинта, 2021. 160 с.
3. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: Около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / под ред. Л. И. Скворцова. 27-е изд. испр. М.: АСТ : Мир и образование, 2020. 1360 с.
4. Темирханов Л. Хазарейцы: очерки новой истории. М.: Наука, 1972. 140 с.
5. Хоссейни Х. Бегущий за ветром : пер. с англ. С. Соколова. М.: Фантом Пресс, 2019. 416 с.
6. Hosseini K. *The Kite Runner*. London: Bloomsbury Publishing Plc, 2018. 353 p.
7. *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners* / ed. by M. Rundell. 2nd edition. International Student Edition : Macmillan Publishers Limited, 2007. 1750 p.
8. Shipley J. T. *Dictionary of World Literature: Criticism – Forms – Technique*. New York: The Philosophical Library, 1943. 652 p.

Статья поступила в редакцию 23.03.2023; одобрена после рецензирования 23.04.2023; принята к публикации 23.04.2023.

The article was submitted 23.03.2023; approved after reviewing 23.04.2023; accepted for publication 23.04.2023.

Научная статья

УДК 81.25

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/99-108>

**РОЛЬ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПЕРЕВОДЧИКА  
ПРИ ПЕРЕВОДЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ  
НА ПРИМЕРЕ ЦИКЛА КНИГ ДЖ. К. РОУЛИНГ «ГАРРИ ПОТТЕР»**

**Анастасия Дмитриевна Ладуренко<sup>1</sup>**

Научный руководитель: **Наталья Александровна Роговая<sup>2</sup>**

<sup>1, 2</sup>Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

<sup>1</sup>Магистр 1-го года обучения по направлению «Филология», Современные коммуникативные технологии обучения иностранным языкам, [ladurenko.ad@dvfu.ru](mailto:ladurenko.ad@dvfu.ru)

<sup>2</sup>Старший преподаватель Академического департамента английского языка, [rogovaya.na@dvfu.ru](mailto:rogovaya.na@dvfu.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена определению роли личностных особенностей переводчика и их влиянию на продукт перевода. Анализ данного аспекта вместе с четким разграничением профессионального подхода к переводу и вольной трактовки переводимого текста, оправданной восприятием и личностными качествами переводчика, имеет большое практическое значение. Исследование проводилось на основе серии книг Джоан Роулинг «Гарри Поттер». В статье рассматривается оригинальная версия первой книги цикла – “Harry Potter and the Sorcerer's Stone”, ее переводы на русский язык, выполненные переводчиками И. В. Оранским, М.В. Спивак и непрофессиональными переводчиками проекта Potter's Army.

**Ключевые слова:** переводческая вариативность, переводческое восприятие, лексические трансформации, переводческие трансформации, языковая личность, качество перевода.

**Для цитирования:** Ладуренко А. Д. Роль языковой личности переводчика при переводе художественных текстов на примере цикла книг Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер» // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 99–108. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/99-108>.

Original article

## THE ROLE OF TRANSLATOR'S LINGUISTIC IDENTITY IN THE TRANSLATION OF A LITERARY TEXT ON THE EXAMPLE OF THE HARRY POTTER BOOK SERIES BY J.K. ROWLING

Anastasia D. Ladurenko<sup>1</sup>

Research Advisor: Natalia A. Rogovaya<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia

<sup>1</sup>Master of the First Year of Study Majoring in Philology, Specialization – Modern Communication Technologies in Teaching Foreign Languages, ladurenko.ad@dvfu.ru

<sup>2</sup>Senior Lecturer of the Academic Department of English Language, rogovaya.na@dvfu.ru

**Abstract.** The article is aimed to define the role of translator's linguistic identity and its impact on the translation product. The analysis of this question, together with a clear distinction between the professional approach to translation and the free interpretation of the source text, justified by personal perception and traits of the translator, is of great practical importance. The research is based on the Harry Potter book series by J. K. Rowling. The following versions have been studied: the US version of the first book of the series – Harry Potter and the Sorcerer's Stone, its translations into Russian made by Rosman (translators I.V. Oransky) and Machaon (M.V. Spivak) publishing houses and the fan translation by an online project called Potter's Army.

**Key words:** translation variation, translator's perception, lexical transformation, translation transformation, translator's linguistic identity, translation quality.

**For citation:** Ladurenko A. D. The role of translator's linguistic identity in the translation of a literary text on the example of the Harry Potter book series by J. K. Rowling // Far Eastern Philological Journal. 2023. V. 1, № 2. P. 99–108. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/99-108>.

Одной из недавних тенденций, характерных для современного языкознания и переводоведения, является все большее внимание к роли личности переводчика при переводе художественных текстов. Человеческий фактор долгое время оставался в тени других, более значимых, критериев оценки качества перевода, таких как адекватность и эквивалентность. Кроме того, объективно оценивать влияние языковой личности на продукт перевода значительно труднее, чем оценить перевод по классическим критериям. Ярким примером этому служат произведения с несколькими версиями перевода, выполненными в различные промежутки времени и разными авторами, представителями различных профессиональных и культурных слоев, с уникальным жизненным и переводческим опытом.

Актуальность исследования обуславливается недостаточной изученностью влияния языковой личности переводчика на перевод. В контексте анализа переводов цикла книг Дж. К. Роулинг о молодом волшебнике, нельзя не упомянуть об особом восприятии переводов читателями-фанатами, и их четкой радикализации при выборе предпочтительного варианта. Отдельную сложность представляет существование большого числа версий и редакций переводов. Оригинальные произведе-

дения неоднократно подвергалась изменениям, а в США были изданы в адаптированном варианте, и этот вариант в России нередко брали за основу при переводе.

В статье предпринят сравнительный анализ оригинала и наиболее известных переводов книги о Гарри Поттере на русский язык, нацеленный на выявление особенностей языковой личности переводчика и ее влияния на продукт перевода. Теоретическую основу исследования составили научные труды отечественных и зарубежных учёных в области языкознания и переводоведения: В. С. Виноградова, Ю.Н. Караулова, Дж. Касагранде и др.

В целях конкретизации исследования была рассмотрена первая часть серии переводов. Исследование проводилось на материале оригинальной версии первой книги цикла – «Harry Potter and the Sorcerer's Stone» («Гарри Поттер и философский камень»), ее переводов на русский язык, выполненных переводчиками И. В. Оранским, а позже М. Д. Литвиновой в соавторстве с другими переводчиками, М.В. Спивак и непрофессиональными переводчиками, участниками проекта Potter's Army. Все анализируемые примеры были выбраны из первой и двенадцатой глав книги «Гарри Поттер и философский камень». Обзорно были рассмотрены переводы и других частей серии с целью формирования целостного восприятия переводов. Таким образом, были проанализированы переводы, нацеленные на различную аудиторию, выполненные при разных условиях и в разное время.

Обычный читатель редко задумывается о том, что скрывается за строкой, которая начинается со слов «автор перевода...». С большей вероятностью, о переводчике вспомнят в том случае, если он некачественно выполнил свою работу. Это уже стало негласной истиной: хороший переводчик – незаметный переводчик. Если о переводчике говорят, то это повод для сомнений. Но так ли это на самом деле? И действительно ли переводчик способен выполнять свою работу «безлично», не оставляя своего следа в итоговом произведении и только транслируя оригинальные идеи автора?

Переводчик не только транслирует текст автора на другой язык, но и преобразует его, исходя из своих собственных намерений или особенностей восприятия, и в этом процессе отражается его «языковая личность». Понятие «языковая личность» возникает в работе В. В. Виноградова «О художественной прозе» (1930) [8, с. 671]. Однако определения этого понятия в работе нет. Впервые значение термина представлено в книге Ю. Н. Караулова «Русский язык и языковая личность» (2014). «Языковая личность, – пишет автор, – это углубление, развитие, насыщение дополнительным содержанием понятия личности вообще» [2, с. 38]. Позже в энциклопедии «Русский язык» под редакцией Ю.Н. Караулова понятие «языковая личность» определено во-первых как «любой носитель того или иного языка, охарактеризованный на основе анализа произведенных им текстов с точки зрения использования в этих текстах системных средств данного языка для отражения видения им окружающей действительности (картины мира) и для достижения определенных целей в этом мире», а вторых как «наименование комплексного способа описания языковой способности индивида, соединяющего системное представление языка с функциональным анализом текстов» [8, с. 671].

Отметим, что понятие «языковая личность» имеет междисциплинарный характер и рассматривается не только в переводоведении, но и в социолингвистике, конфликтологии, культурологии.

В данном исследовании под понятием «языковая личность» мы будем понимать индивида, владеющего языком в той или иной форме со всеми присущими ему языковыми навыками, умениями и особенностями, которые проявляются в процессе языковой деятельности.

В науке существуют различные типологии языковой личности. В данной статье использована типология Н. В. Орловой, применимая к результатам деятельности переводчика, как устной, так и письменной, несмотря на то что данная типология изначально была выработана для коммуникантов, пользующихся родным языком в полуофициальном стиле общения. Согласно этой типологии, существует три типа личности:

1. фатический тип – характеризуется стремлением к сокращению дистанции в коммуникациях; игнорированием информативной стороны дискурса; в речевом плане – предпочтением стиля дружеского общения. Характерен для этого типа акцент на собственной личности (по замечанию Н. В. Орловой, в тексте, принадлежащем этому типу личности обязательны история о себе и подпись);

2. рационально-аналитический тип – характеризуется вниманием к подробностям о положении дел; в речевом плане тяготеет к объективной манере письма (Н. В. Орлова отмечает наличие в нем связки «похвала-аргумент»);

3. эстетический тип – характеризуется безразличием к информативному аспекту коммуникации, ярко выраженным вниманием к языковой форме. Активно используется языковая игра (в терминологии Н. В. Орловой «игнорирование адресата») [4, с. 244].

На наш взгляд, такая типология тесно связана со структурой языковой личности Ю. Н. Караулова, которая складывается из трех уровней: вербально-грамматического, когнитивного и прагматического [8, с. 672]. Рассмотрим, как данная типология может быть применена при анализе переводов, и что будет определять каждый из типов личности.

Первый тип будет предпочитать эквивалентности адекватность, такой тип будет склонен отходить от оригинала и вносить правки с целью передать тексту свою собственную индивидуальность, на перевод может влиять личная оценка переводчика, а уровень лексики рассчитан на среднестатистического читателя.

Второй тип, напротив, предпочитает адекватности эквивалентность, из-за чего текст иногда может казаться слишком сухим и ненатуральным, возможно калькирование. В таком случае понять, что перед читателем перевод, а не оригинальное произведение, довольно просто. Для этого типа характерна наибольшая приверженность фактическим данным и сложной лексике.

Третий тип подходит к переводу с наибольшей вольностью, может пренебрегать как эквивалентностью, так и адекватностью, склонен употреблять не конвенциональные языковые формы и нарушать устоявшуюся норму, прибегать к сниженной лексике.

Интересным представляется выявление данных типов языковой личности в переводах книги Дж. К. Роулинг. Отметим, что текстовый формат материала представляется нам самым удобным для соотношения авторов перевода с типами языковой личности, так как именно в таком формате у переводчика больше возможностей заранее подготовить свой перевод. Он менее подвержен внешним факторам, оказывающим влияние на продукт перевода и препятствующим точному определению типа языковой личности. Обращение к художественному тексту обусловлено его эстетической функцией: то от того, в какой форме будет представлено содержание, зависит ценность произведения и уровень воздействия на читателя [1, с. 17]. В связи с этим особую значимость при переводе приобретает не только передача содержания оригинального текста, но и формирование образов одновременно и понятных читателю, и не искажающих идей автора, являющегося носителем другой культуры. Это дает больше возможностей, для, иногда невольного, влияния личностных особенностей переводчика на текст и

более яркого их выражения. Ведь именно в литературном языке первоочередное значение приобретает популяризация и наиболее широкая передача содержания, несмотря на возможные потери [3, с. 472].

Бесспорно, на переводчике лежит огромная ответственность – от его работы зависит успех произведения в стране языка перевода. Не стала исключением и ситуация с переводом серии книг о юном волшебнике британской писательницы Джоан Роулинг. В России первая книга серии «Гарри Поттер»: «Гарри Поттер и философский камень» официально впервые была опубликована в 2000 году в издательстве «Росмэн». Автор первого перевода – Игорь Оранский, профессиональный переводчик и журналист. Следующую книгу перевела Мария Литвинова, она же редактировала перевод И. Оранского. И сейчас трудно сказать, что осталось от оригинального перевода Игоря Оранского, а что было привнесено вторым переводчиком и коллективом редакторов. Ясно одно – каким бы не было мнение о переводе у читателя, нельзя отрицать тот факт, что перевод, опубликованный издательством «Росмэн» не только стал первым профессиональным переводом, но, по мнению многих читателей, эталонной версией перевода. Он оказался достаточно хорош, чтобы обеспечить популярность произведения среди русскоговорящей аудитории и создать себе репутацию «правильного».

Позже появились любительские переводы книг о Гарри Поттере. Среди них особо выделяется перевод Potter's Army – группы единомышленников, равнодушных к репрезентации этого произведения в русскоязычной среде. Группой Potter's Army переведены все семь книг, и в настоящее время участники проекта продолжают вносить корректировки и правки в перевод. Последняя версия перевода появилась в сообществе ВКонтакте осенью 2022 года. Особой популярности данный перевод не получил, так как выдержать конкуренцию с крупными издательствами непросто, и авторы не занимаются рекламой своего перевода. Их цель – создать максимально приближенную к оригиналу версию перевода, отражающую все его смыслы. Переводы Potter's Army завоевали небольшую, но преданную аудиторию, для которой «передача авторского стиля» имеет важное значение, несмотря на то, что возможность этого до сих пор остается дискуссионной.

Промежуточную позицию среди упомянутых выше занимают переводы Марии Спивак. В конце 1990-х годов ее перевод был одним из единственных доступных для желающих познакомиться с волшебным миром Джоан Роулинг. При этом ее первые самостоятельные переводы можно назвать исключительно любительскими. Мария Спивак не имеет профильного образования, и переводом книг она занималась в качестве хобби. Публиковать свою версию Гарри Поттера она начала за несколько лет до того, как появилось официальное издание. И знал о них тогда, так же как и в случае с переводами Potter's Army, не очень широкий круг читателей. Все принципиально изменилось, когда с Марией Спивак связалось издательство «Махаон», получившее права у «Росмэн». И в 2013 году свет увидела уже прошедшая редактуру новая версия оригинального перевода Марии Спивак – «гибрид» любительского и профессионального перевода.

Анализируемые главы, первая – «The Boy Who Lived» и двенадцатая – «The Mirror of Erised», интересны тем, что имеют разных фокальных персонажей, а, следовательно, и несколько разный стиль повествования. Примечательно и то, что уже в самом названии двенадцатой главы скрыта анаграмма.

При рассмотрении текста перевода важно также учитывать, что помимо фактических и смысловых ошибок, вызванных неверным пониманием смысла слов и языковых конструкций оригинала, существуют и стилистические ошибки, такие как: нарушение функционально-

стилевых норм; искажение экспрессивного фона оригинала и авторской оценки; нарушение норм и узуса переводящего языка [9, с. 49]. Второй тип ошибок идентифицировать иногда сложнее, чем первый.

### Сравнение переводов имен собственных

Оригинал	Росмэн	Potter's Army	Махаон
Privet Drive	Тисовая улица	Привит Драйв	Бирючинная улица
Hagrid	Хагрид	Хагрид	Огрид
Albus Dumbledore	Альбус Дамблдор	Альбус Дамблдор	Альбус Думбльдор
Professor Snape	Профессор Снегг	Профессор Снейп	Профессор Злей
A Weasley sweater	Фирменный свитер Уизли	Свитер Уизли	Уизвитер

В приведенной выше таблице видно, что наиболее свободно к переводу имен собственных подошла Мария Спивак. Подобные переводческие решения в некоторых случаях (*Professor Snape* – «Профессор Злей») можно обосновать желанием переводчика отобразить возможную негативную ассоциацию со словом *snape* в английском языке (*snake* – «змея»), тем не менее, на языке оригинала эта ассоциация не выглядит столь явной, а дальнейшее раскрытие этого персонажа и вовсе делает негативную окраску нежелательной. В данном случае это изменение нельзя оправдать тем, что на момент публикации не была известна дальнейшая судьба персонажа, как это можно сделать в случае с двумя другими переводами, которые осуществлялись в то время, когда цикл книг еще не был закончен. Вместе с тем в переводе возникают странные фонетические трансформации при передаче звуков английского языка на русский: *Hagrid* – «Огрид», *Albus Dumbledore* – «Альбус Думбльдор». Отметим случай нехарактерного для русского языка словообразования: «Уизвитер» от имени собственного *Уизли* и слова *sweater*, из-за чего достаточно трудно понять само значение слова (*a Weasley sweater*).

Перевод *Potter's Army* в случае с именами собственными, с наибольшей точностью отображает версию оригинала. При этом коллективом переводчиков было принято решение не переводить названия улиц и прочих объектов. Так, *Privet Drive* осталась «Привит Драйв». В переводе, опубликованном «Росмэн» (переводчик И. Оранский, редакция М. Спивак), возникает неточность: *privet* – «бирючина», переводится на русский язык как «тисовая». В целом, не считая небольших фонетических изменений, вариант «Росмэн» не отличается такой свободой в переводе имен собственных, как перевод издательства «Махаон» (М. Спивак).

Слабое место перевода издательства «Росмэн» – обилие дополнений и ремарок, отсутствующих в оригинале. Далее в статье буквой «Р» обозначается версия перевода издательства «Росмэн», буквами «РА» – *Potter's Army*, буквой «М» – издательства «Махаон».

■ **No one** could wait for the holidays to start. While the Gryffindor common room and the Great Hall had roaring fires, the drafty corridors had become icy and a bitter wind rattled the windows in the classrooms [11, p. 194].

■ **Р:** Все школьники с нетерпением ждали каникул и уже не могли думать ни о чем другом. Может быть, потому, что в школе было ужасно холодно и всем хотелось

*разъехаться по теплым уютным домам – всем, кроме Гарри разумеется.* Нет, в Общей гостиной Гриффиндора, в спальне и в Большом зале было тепло, потому что ревущее в каминах пламя не угасало ни на минуту.

■ РА: **Все** с нетерпением ожидали, когда начнутся каникулы. В гостиной Гриффиндора и в Большом Зале в каминах трещал огонь, но в коридорах, в которых гулял сквозняк, стало очень холодно, а окна классных комнат дребезжали от резкого ветра.

■ М: **Народ** с нетерпением ждал каникул. В гриффиндорской гостиной и Большом зале жарко пылали каминны, зато в коридорах *стены покрылись изморозью* и ледяной ветер дребезжал стеклами.

В данном случае курсивом выделены все те части, которых не было в оригинальном отрывке. Очевидно, «Росмэн» превзошел два других варианта по количеству дополнений. В переводе издательства «Махаон» неоправданная возникает конкретизация. Так, в оригинале: *corridors had become icy* – «коридоры стали ледяными», в переводе же: «стены покрылись изморозью». У Potter's Army какие-либо переводческие дополнения отсутствуют.

Отметим в приведенном примере перевод местоимения *po one*: в этом контексте вариант «народ» Марии Спивак («Махаон») звучит наиболее просторечно, Игорь Оранский («Росмэн») прибегает к конкретизации – «все школьники». Potter's Army прибегли к антонимическому переводу – «все».

При переводе художественного текста важно учитывать вертикальный контекст произведения. Потеря оттенков смыслов и значений из-за социокультурных различий, которые переводчики должны нивелировать, может привести к тому, что читателю книга начнет казаться однообразной и более простой, чем она является на самом деле. Хуже, если перевод и вовсе введет читателя в заблуждение и создаст в его восприятии ошибочный образ [5, с. 81]. Здесь уместным будет рассмотреть перевод на русский язык фразы, содержащей упоминание праздника «Ночь Гая Фокса».

■ Viewers as far apart as Kent, Yorkshire, and Dundee have been phoning in to tell me that instead of the rain I promised yesterday, they've had a downpour of shooting stars! Perhaps people have been celebrating Bonfire Night early — **it's not until next week, folks** [11, p.6]!

■ Р: Наши зрители из таких отдаленных уголков Англии, как Кент, Йоркшир и Данди, звонили мне, чтобы сообщить, что вместо дождя, который я пообещал вчера вечером, у них был настоящий звездопад. *Возможно, кто-то устраивал фейерверки по случаю приближающегося праздника.*

■ РА: Зрители из таких отдалённых друг от друга мест, как Кент, Йоркшир и Данди звонили, чтобы рассказать, что вместо обещанного мною вчера дождя, у них был звездопад! *Возможно, люди начали праздновать Ночь Гая Фокса раньше времени... до неё ещё целая неделя, друзья!*

■ М: Телезрители Кента, Йоркшира, Данди – отовсюду – целый день звонили и сообщали, что вместо ливня, который я обещал вчера, у них прошел метеоритный дождь! *Похоже, народ уже начал праздновать Ночь Гая Фокса.*

Отметим, что часть «до неё ещё целая неделя, друзья!» была переведена только Potter's Army.

Особенно важным является перевод диалогов: именно в них раскрывается характер персонажей. Подобренные при переводе слова с иной эмоциональной окраской или отличный от оригинала стиль речи могут серьезно повлиять на восприятие героя.

■ “*Would you mind moving out of the way?*” came Malfoy’s cold **drawl** from behind them [11, p. 195].

■ Р: - *Может быть, вы будете столь любезны и дадите мне пройти*, - произнес кто-то сзади, растягивая слова. **Разумеется, это мог быть только Малфой**.

■ РА: - *Может, уберётесь с дороги?* – послышался сзади холодный протяжный голос Малфоя.

■ М: - *А нельзя ли слегка подвинуться? Пройти невозможно*, – раздался сзади холодный, с **растяжкой** голос Малфоя.

Так, вежливо-нейтральный вариант оригинала И. Орлеанского («Росмэн») переведен излишне вежливо, что воспринимается как ироничное высказывание. В целом, принимая во внимание характер персонажа, такой перевод уместен, но все же он не соответствует оригинальной фразе. В ней о недобром расположении героя говорит выражение *cold drawl* – «холодно протянул». Potter’s Army, напротив, продемонстрировали негативный настрой героя через излишне грубое и невежливое требование. У М. Спивак («Махаон») версия сходна с оригиналом, однако переводчик делит предложение на два. При этом употребляется сниженное выражение «с *растяжкой*». В переводе И. Орлеанского («Росмэн») вновь возникают дополнения.

Отдельного внимания требует речь Хагрида в переводе И. Орлеанского и М. Спивак («Росмэн»). Особенность его речи, большей частью краткой и лаконичной, избыточности сокращениями, передана через избыточное количество пауз и лишних слов, которые не только осложняют понимание сказанного, но и создают впечатление, что речь в принципе дается герою с трудом.

■ “You what?” Hagrid looked shocked. “Listen here — I’ve told yeh — drop it. It’s nothin’ to you what that **dog’s** guardin’ [11, p. 197].

■ Р: - Что? – Хагрид был в шоке. – Э-э... слушайте сюда, я ж вам сказал, чтобы вы в это не лезли, *да!* Нет вам дела до того, что там **Пушок** охраняет *и вообще*.

■ РА: - Чего? – Хагрид выглядел ошеломлённым. – Послушайте... я же вам говорил... оставьте вы эту затею. Вас не касается, что тот **пёс** охраняет.

■ М: - Чего? – Огрид обомлел. – Слушайте-ка, я ж говорю – плюньте вы на это. Не вашего ума дело, чего **псины** сторожит.

Такой выбор лексических единиц формирует у читателя ложный образ персонажа, не соответствующий оригинальной идее автора. Подобные искажения могут быть обусловлены неточным пониманием реалий Соединенного Королевства, а именно региональных и диалектных речевых особенностей [5, с. 83].

Отдельно можно упомянуть перевод нейтрального *dog* (*собака*) на русский язык: у «Росмэн» – замена на кличку, известную из контекста, у Potter’s Army – синонимичное «*собаке*» «*пес*», особенно уместно звучащее из уст мужчины средних лет, занимающегося сельским хозяйством, у «Махаон» – разговорный просторечный вариант «*псины*».

Такие порой незначительные детали в итоге накладываются друг на друга, тем самым влияя на общее восприятие произведения читателем и формирование образа самого произведения и его автора. В случае «Росмэн» в неточностях и ошибках частично можно винить крайне сжатые сроки, в которые было необходимо завершить перевод. У Potter’s Army серьезных отклонений от оригинала меньше всего, а если они и есть, то чаще связаны со стремлением передать текст на качественном русском языке, особенно в тех случаях, когда нормы русского языка требуют определённых изменений и трансформаций, так что

отход от текста оригинала является не только вынужденным, но и необходимым. Переводчику «Махаон» реже прощают ошибки потому, что в отличие от переводчиков «Росмэн», у них в распоряжении было больше времени для работы. Тем же, кто переводил «Гарри Поттера» в то время, когда автор еще работал над продолжением цикла, читатели прощают некоторые неточности.

Все рассмотренные переводы обладают достоинствами и недостатками, и у каждого из них есть свои особенности. Так, «канонический» перевод издательства «Росмэн» имел разных редакторов и переводчиков, он был осуществлен в сжатые, когда не был ясен вертикальный контекст, не до конца ясна идея автора, и в результате в переводе иногда возникал «детский стиль», отсутствующие в тексте пояснения, детали, свидетельствующие о неточных представлениях о художественном мире «Гарри Поттера».

Перевод издательства «Махаон» имеет разного рода неточности, но главная из них – перевод имен собственных, иногда звучащих неуместно, ошибочно, противоречащих стилю произведения и национальному колориту.

Перевод проекта Potter's Army хоть и не лишен стилистических и грамматических ошибок, более всего близок оригиналу. Авторы данного перевода бывают склонны к буквализму, но по сей день продолжают редактировать собственный перевод и исправлять ошибки, замеченные читателями.

Итак, нами была предпринята попытка определить причину различий и определить слабые и сильные стороны каждого из переводов с учетом личностных особенностей переводчиков, а также соотнести представленные переводы с выбранной типологией языковых личностей.

Было выявлено, что рассмотренные переводы книги «Гарри Поттер и философский камень» имеют черты, свойственные разным типам языковой личности, и, таким образом, осуществившие перевод переводчики и коллектив переводчиков, могут быть отнесены к следующим типам языковой личности:

фатический тип – Игорь Оранский / Марина Литвинова («Росмэн»);

рационально-аналитический тип – команда Potter's Army;

эстетический тип – Мария Спивак («Махаон»).

По результатам исследования представляется возможным говорить о противоречивости понятия «языковая личность переводчика», значимости роли личности переводчика при переводе. Отдельным остаётся вопрос о влиянии личности переводчика на произведение в том случае, когда перевод осуществляется переводческим коллективом, или подвергается значительным изменениям в результате работы редактора. Актуальным остается вопрос связи типа языковой личности и качества перевода, существование смешанных языковых типов.

### Список литературы

1. *Виноградов В.С.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
2. *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
3. *Литературная энциклопедия терминов и понятий* / гл. ред. А.Н. Николюкин. М.: НПК «GtG», 2001. 1600 с.
4. *Орлова Н.В.* Коммуникативная ситуация – речевой жанр – языковая личность (на материале «Книги отзывов и предложений») // *Жанры речи*. 1999. Вып. 2. С. 238–248.

5. Раренко М.Б. К проблеме художественного перевода и личности переводчика // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6: Языкознание. Реферативный журнал. 2021. Вып. 3. С 80–90.
6. Роулинг Дж.К. Гарри Поттер и философский камень (перевод с английского М. Спивак). М.: Махаон, Азбука-Аттикус, 2021. 432 с.
7. Роулинг Дж.К. Гарри Поттер и философский камень (перевод с английского И. В. Оранского). М.: Росмэн-Пресс, 2006. 399 с.
8. Русский Язык. Энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1997. 721 с.
9. Соловьева И.В., Чудова И.В. Стилистические ошибки в переводе // Филология и человек. 2022. Вып. 3. С 46–61.
10. *Potter's Army* – Главная страница [Электронный ресурс]. URL: <http://www.potters-army.com/> (дата обращения: 12.12.2022).
11. Rowling J.K. *Harry Potter and the Sorcerer's Stone*. New York: Arthur A. Levine Books, 1998. 309 p.

Статья поступила в редакцию 23.03.2023; одобрена после рецензирования 23.04.2023; принята к публикации 23.04.2023.

The article was submitted 23.03.2023; approved after reviewing 23.04.2023; accepted for publication 23.04.2023.

Научная статья

УДК 811.111

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/109-115>

## ЭТНОСТЕРЕОТИПНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КАК ПРИЧИНА ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Полина Юрьевна Филина<sup>1</sup>

Научный руководитель: Евгения Александровна Нильсен<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

<sup>1</sup>Студентка 3-го курса, обучающаяся по направлению «Лингвистика», группа Л-2013, Гуманитарный факультет, [fpolina02@mail.ru](mailto:fpolina02@mail.ru)

<sup>2</sup>Доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой английской филологии и перевода, [janenilsen@mail.ru](mailto:janenilsen@mail.ru)

**Аннотация.** Отношения между представителями разных этносов могут быть отражены в языке при помощи фразеологизмов с наименованиями национальностей. В частности, в английском языке имеются фразеологические единицы с компонентом «French». Такие фразеологизмы обладают определенными коннотациями, появившимися благодаря исторически сложившемуся отношению носителей английского языка к французам. Источником этого отношения и формирования этностереотипов послужили исторические события, связанные со столкновениями двух государств как в политической, так и в экономической сфере. Цель исследования – выявление причин изначальной мотивации фразеологизмов, содержащих стереотипные представления англичан о французах. Достижение этой цели способствует более глубокому пониманию не только особенностей семантики важного пласта фразеологического фонда английского языка, но и некоторых особенностей мировоззрения носителей английского языка.

**Ключевые слова:** фразеологические единицы, английский язык, наименование национальностей, этностереотип, англичане, французы.

**Для цитирования:** Филина П. Ю. Этностереотипная составляющая как причина возникновения фразеологизмов в английском языке // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 109–115. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/109-115>.

## ETHNOSTEREOTYPIC COMPONENT AS A REASON FOR PHRASEMES ORIGIN IN ENGLISH

**Polina Yu. Filina**<sup>1</sup>

Scientific Advisor: **Evgeniya A. Nilsen**<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Saint-Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia

<sup>1</sup>Third-Year Student studying the aspect of “Linguistics”, group L-2013, Department of Humanities, fpolina02@mail.ru

<sup>2</sup>Ph.D., Professor, Head of the Department of English Philology and Translation, janenilsen@mail.ru

**Abstract.** Relationships between representatives of different ethnic groups can be displayed in a language through phraseological units with nationalities nominations. There are some phraseological units with the “French” component in English. Such phraseological units have certain connotations that are based on the historically conditioned attitude of native English speakers to the French. The source of this attitude can be traced in historical events, such as clashes between Great Britain and France in both political and economic spheres. These clashes led to the formation of some ethnostereotypes, which formed the basis of the analyzed phraseological units. The aim of this study is to identify the reasons for the initial motivation of such phraseological units, based on the stereotypical ideas of the British about the French. This goal contributes to a deeper understanding not only of the semantics of an important layer of the English phraseological fund, but also of the native English speakers’ worldview.

**Key words:** phraseme, English, nationalities nominations, ethnostereotype, the English, the French.

**For citation:** Filina P. Yu. Ethnostereotypic Component as a Reason for Phrasemes Origin in English // Far Eastern Philological Journal 2023. V. 1, № 2. P. 109–115. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/109-115>.

Восприятие окружающей среды индивидом предопределено культурой, в какой формируется его сознание, что, в свою очередь, отражается в языке. Таким образом, не вызывает сомнения тезис о том, что у разных народов языковая и культурная картины мира не совпадают [8, с. 352]. Особенности восприятия «своей» и «чужой» языковой и культурной картин мира отражаются в специфике сложившихся этнических стереотипов.

Этнические стереотипы (этностереотипы) – это общие, часто искаженные, представления о нравственных, интеллектуальных, физических качествах, свойственных людям иной национальности (этнуса), материальных и духовных реалиях национальной культуры [11, с. 208–212]. Почва формирования этнических стереотипов с их оценочным характером – различные ситуации межнационального общения, а одна из форм их существования – фразеология.

По замечанию А. Ф. Артемовой, фразеологизмы отражают результаты оценочных суждений, позволяя установить уровень развития и мышления цивилизаций в определенные периоды, а также сравнить традиции разных этносов [4, с. 208].

Фразеологические единицы (ФЕ) или фразеологизмы представляют большой исследовательский интерес. На первый взгляд их значение может показаться немотивированным и несвязанным с семантикой, входящих в них компонентов. В то же время им характерна семантическая цельность и устойчивость [12, с. 229]. А. В. Кунин определяет фразеологическую устойчивость как «объем инвариантности, свойственный различным аспектам фразеологических единиц, обуславливающий их воспроизводимость в готовом виде и тождество при всех узуальных и окказиональных изменениях» [10, с. 381]. Устойчивость ФЕ является их особенностью, отличающей фразеологизмы от свободных словосочетаний.

В. В. Виноградов, исходя из степени мотивированности, выделил три типа фразеологических единиц:

1. Фразеологические сращения. Такие фразеологизмы имеют значение немотивированное, никак не связанное со значениями лексических единиц, его составляющих и от них независимое [12, с. 229].

2. Фразеологические единства. Значение этих ФЕ связано с семантикой их компонентов. Следовательно, их значение можно считать частично мотивированным [12, с. 229].

3. Фразеологические сочетания. Их значения мотивированны и тесно связаны с семантикой компонентов. При этом один компонент фразеологических сочетаний является фиксированным, а другой – свободным [12, с. 229].

В данной работе анализу подвергаются фразеологические единства (в терминологии В. В. Виноградова) с компонентом «French» с целью выявления причин их возникновения и особенностей первичной мотивации, основанной на стереотипных представлениях англичан о французах.

Обращение к фразеологизмам с компонентом «French» связано с многочисленностью данных единиц в английском языке [11, с. 208–212]. Лексема «French» имеет преимущественно отрицательные коннотации в английских фразеологизмах, хотя в других языках «французский» может передавать оценки другого рода. Так, немецкая ФЕ «*wie Gott in Frankreich leben*» (досл. «жить, как Бог во Франции») обладает семантикой с положительными коннотациями, поскольку эта идиома переводится как «*жить в роскоши*» [3, с. 145–149].

Понять мотивацию негативных фразеологических единиц можно, обратившись к истории взаимоотношений Англии и Франции. Отрицательный оттенок компонента «French» в английском языке появился вследствие многочисленных и многовековых столкновений между англичанами и французами: Нормандское завоевание, Столетняя война, жесточайшая борьба за бывшие испанские колонии в начале XVIII в., борьба колонии в Индии и Северной Америке в 40-е годы XVIII в. [2]. Противоречия национального культурного сознания возникали не только во время войн, светские рауты тоже стали своеобразным источником появления фразеологических единиц [2].

Материал для исследования был отобран методом сплошной выборки из следующих словарей: Dictionary of Phrase and Fable, The Concise New Partridge of Slang and Unconventional English, A Dictionary of English Phrases, Urban Dictionary, Dictionary of American Slang. Выборка составила 48 единиц, из них в статью вошли наиболее интересные примеры.

*French cream* (досл. «французский крем») – «бренди» [13, р. 990]. Эта ФЕ сформировалась благодаря подмеченной англичанами привычке французов пить кофе, добавляя в него бренди вместо того, чтобы добавить туда сливки. Соответственно, фразеологизм отражает стереотип, согласно которому французы склонны злоупотреблять алкогольными напитками [13, р. 990].

*French fits* (досл. «французские припадки / судороги / конвульсии») – «белая горячка» [14, р. 721]. Еще одно выражение, которое отражает стереотипное мнение о чрезмерном употреблении алкоголя французами [14, р. 721].

В английском языке имеются и другие фразеологизмы, выражающие стереотип об их излишнем интересе к пагубным привычкам.

*French inhale* (досл. «французский вдох») – «трюк, сделанный с вдыхаемым дымом» [14, р. 721]. Данная фразеологическая единица описывает ситуацию, когда табачный дым не вдыхается полностью, после чего выдыхается курильщиком через нос. В словарной статье указано, что заслуга французов состоит в «открытии» данной «техники» [14, р. 721].

Существуют фразеологические единицы, содержащие стереотипное мнение о степени воспитанности и вежливости французов:

*To take French leave* (досл. «уйти по-французски») – «покинуть чей-то дом, не попросившись» [13, р. 990]. Светские рауты и вечеринки стали такой же почвой для возникновения новых выражений, как и военные столкновения между Англией и Францией. Выражение «*to take French leave*», по одной из версий, вошло в обиход во время Первой Мировой войны. Однако другие источники фиксируют его употребление еще в XVII веке. В английском высшем обществе в те времена считалось неприличным уйти со светского раута, не попросившись с хозяевами, а французы вполне могли так поступить. Подобное поведение привело к возникновению соответствующего фразеологизма, говорящего о грубости и отсутствии у французов хороших манер [13, р. 990]. Существует также версия, что эта ФЕ вошла в употребление в английском языке в XVIII веке во время Семилетней войны [3, с. 145–149]. Есть также предположение, согласно которому фразеологизм «*to take French leave*» является заимствованным. Так, М. Ф. Буланова и Б. Б. Протасова считают, что выражение «*to take French leave*» возникло под влиянием французских выражений «*French à l'anglaise*» в значении ‘по-английски’ и «*partir à l'anglaise*» в значении ‘покинуть мероприятие, не попросившись’ [7, с. 83].

Во фразеологическом фонде английского языка есть еще одна фразеологическая единица, отражающая стереотип о грубости французов:

*French hello* (досл. «французское приветствие») – «войти в комнату, полную знакомых людей, не поздоровавшись» [16].

В словаре описывается ситуация, которую можно отразить с помощью этого выражения: человек входит в помещение, полное хорошо знакомых ему людей, готовых его приветствовать. Но этот участник ситуации игнорирует их и проходит мимо, не здороваясь, не протягивая руки [16]. Такие фразеологические единицы выражают стереотипное представление о невежливости французов, игнорировании ими правил и норм поведения в обществе.

Существуют фразеологизмы, отражающие стереотипное мнение об образе жизни французов и тех ситуациях, которые могут описать их национальный характер.

*French living* (досл. «французский образ жизни») – «образ жизни, лишенный активности». В частности, это выражение может быть синонимом слова «лениться» [16].

*To assist in the French sense* (досл. «оказывать помощь, как француз») – «присутствовать, но ничего не делать» [1].

*French walk* (досл. «прогулка по-французски») – «в частности, насильственное выталкивание человека из какого-либо заведения путем захвата одной рукой его штанов, а другой – задней части воротника, чтобы таким образом принудить его идти, пока он не достигнет выхода» [16].

В некоторых фразеологизмах, однако, нет ярко выраженной негативной оценки действий французов. Можно привести следующие примеры:

*French of Stratford at Bow* (досл. «французский из Стратфорда в Боу») – «архаичный вариант французского языка, на котором говорили англичане, обучавшиеся французскому языку в монастыре Святого Леонарда в пригороде Лондона» [13, р. 990]. Как можно заметить, эта ФЕ лишь обозначает некий факт и не несет иронического подтекста [13, с. 990].

Однако большая часть английских фразеологических единиц с компонентом «French» имеет негативные коннотации. Следующие примеры отражают это.

*Pardon my French* (досл. «простите мой французский») – «извините меня за мой французский» [16]. Эта ФЕ, как правило, употребляется в речи, когда человек хочет попросить прощения за использование ненормативной лексики. Фразеологизм передает представления англичан о французах, как о грубых людях, злоупотребляющих обценной лексикой [5, с. 35–41]. Есть версия, что изначально это выражение употребляли, чтобы сгладить неловкие ситуации, когда извиняющийся мог притвориться, что не понял выражение или слово. Со временем фраза стала клише [14, р. 721].

В английском языке существуют и более резкие выражения, отражающие неприязнь к французам. Некоторые из них представлены ниже.

*French disease* (досл. «французская болезнь») – «название венерического заболевания» [15, р. 365]. Это сочетание появилось в связи с тем, что такая болезнь получила широкое распространение на территории Франции в XVI веке [15, р. 365].

*French crown* (досл. «французская корона») – «облысение, вызванное венерическими заболеваниями» [15, р. 365].

*French pig* (досл. «французская свинья») – «венерическое заболевание» [1].

Словарь дает и другое, относительно новое, определение данному выражению, возникшее в шоу «Kitchen Nightmare». Выражение описывает ситуацию спора между двумя участниками, один из которых более компетентен в обсуждаемом вопросе [16].

*French postcard* (досл. «французская почтовая открытка») – «неприличная открытка». Это фотографическая открытка, на которой может быть все, что угодно, начиная с женской наготы и заканчивая другими неприличными изображениями [14, р. 721].

*French deck* (досл. «французская колода») – «колода карт с непристойными изображениями» [14, р. 721].

*French letter* (досл. «французское письмо») – «средство контрацепции» [14, р. 721]. В середине 1920-х годов выражение стало настолько широко использоваться, что стало почти обычным, но позднее появление новых синонимичных ему выражений и других лексических единиц, номинирующих близкие по значению вещи, привело к сокращению частотности использования этого выражения. В обществе, пережившем всплеск заболеваний СПИДом, данное выражение теперь является лишь одним из сотен жаргонных терминов. Среди них есть фразеологические единицы, содержащие компоненты «American», «Italian» или «Spanish». Интересно, что французы отплатили англичанам той же монетой, создав выражение с тем же значением, с компонентом, обозначающим англичан: «*capote anglaise*» (выражение может сокращаться до «*capote*»). В английском языке фразеологизм «*French letter*» тоже сокращается, но в этом случае компонент, выражающий национальность, остается, и выражение выглядит как «*Frenchu*» или «*Frenchie*» [14, р. 721].

В английском языке также существуют фразеологические единицы, передающие отношение англичан к степени опрятности и аккуратности французов.

*To French it* (досл. «офранцузить что-то») – «привести себя в порядок» [16].

*French bath* (досл. «французская ванна») – «передает запах облака парфюма, которым себя окутывает человек, чтобы скрыть идущий от него неприятный запах» [16].

Можно встретить еще такой вариант: «*to have a French shower*». Словарь дает следующее определение данному выражению: «облиться одеколоном (и дезодорантом) так, чтобы заглушить неприятный запах». Как и предыдущее выражение, эта ФЕ отражает распространенное стереотипное мнение о том, что жители Франции не любят принимать ванну и душ на регулярной основе [16].

*French duke* (досл. «французский герцог») – «используется для описания ситуации, когда человек одет необычным образом» [16]. Во фразеологизме можно увидеть выражение связи французов с миром моды. Эта связь передается в английском языке с нескрываемой иронией, даже несмотря на тот факт, что французы являются одними из лучших в этой сфере [7, с. 28–31].

Есть также выражения, отражающие стереотип о трусости французов:

*French advance* (досл. «французское наступление») – «пренебрежительное отношение к обязанностям, попытка уйти от дел» [16]. Согласно словарю, данное выражение является синонимом слова «retreat», что означает «движение прочь от опасности», «отказ вступить в конфронтацию», «вывод вооруженных сил, отступление» [16].

Обобщая результаты проведенного исследования, отметим: фразеологические единицы с компонентом «French» отражают устойчивые отрицательные этнические стереотипы, сложившиеся во английском национальном сознании. Стереотипному образу француза свойственны пристрастие к алкоголю, сомнительная нравственность, невежливость, неопрятность и вычурность в одежде, лень, трусость и равнодушие. Заметим, что этот стереотипный образ сложился исторически, связан с ситуацией многовекового противостояния государств, и в настоящее время мотивированность подобных значений утрачена.

### Список литературы

1. *Англо-русский словарь непристойных выражений* [Электронный ресурс]. URL: <https://slovar-vocab.com/poisk-find.html?searchword=French+pig&ordering=&searchphrase=all> (дата обращения: 26. 03. 2023).
2. *Англо-французское соперничество в колониальных захватах XVII–XVIII вв.* [Электронный ресурс]. URL: <https://studopedia.ru/> (дата обращения: 25. 09. 2022).
3. *Антипова И. А.* К проблеме значения этнонимических единиц вторичной номинации // Известия Байкальского государственного университета. 2014. Вып. 1 (93). С. 145–149.
4. *Артемова А. Ф.* Английская фразеология. Спецкурс: учебное пособие. М.: Высшая школа, 2009. 208 с.
5. *Бобровник Л.А.* Фразеологизмы-этнонимы как отражение национальных стереотипов // Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. 2017. С. 35–41.
6. *Боева-Омелечко Н. Б., Постерняк К. П.* Национально-культурная специфика фразеологизмов с компонентом-этнонимом в современном английском и русском языках // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Вып. 90 (1). С. 41–47.
7. *Буланова М. Ф., Протасова Б. Б.* Французские фразеологизмы в английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. Вып. 6 (60). С. 83.
8. *Грушевицкая Т. Г., Попков, В. Д., Садохин, А. П.* Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов. М.: Юнити-Дана, 2003. 352 с.

9. *Кавалерова Н. А.* Этнонимы в английской фразеологии как отражение национальных стереотипов // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков: сборник статей XVI-й Международной студенческой научно-практической конференции. 2018. С. 28–31.

10. *Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка. Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. 2-е изд., перераб. М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр "Феникс", 1996. 381 с.

11. *Панин В. В.* Средства выражения этнических стереотипов в английском языке // Уральский государственный педагогический университет / Политическая лингвистика. 2015. Вып. 15. С. 208–212.

12. *Харитончик З. А.* Лексикология английского языка: Учебное пособие. М.: Высш. шк., 1992. 229 с.

13. *Cobham B. E.* Dictionary of Phrase and Fable. New York: Harper&Brothers, 2003. 990p.

14. *Dalzell T., Victor T.* The Concise New Partridge of Slang and Unconventional English. New York: Routledge, 2008. 721.

15. *Hyamson A. M.* A Dictionary of English Phrases: Phraseological Allusions, Catchwords, Stereotyped Modes of Speech and Metaphors, Nicknames, Sobriquets, Derivations from Personal Names, Etc., with Explanations and Thousands of Exact References to Their Sources or Early Usage. London: Routledge, 1922. 365 p.

16. *Urban Dictionary* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.urbandictionary.com/> (дата обращения 23.02.23).

17. *Wentworth H.* Dictionary of American Slang [Электронный ресурс]. URL: <https://archive.org/details/dictionaryofame00went/page/200/mode/2up> (дата обращения 23.02.23).

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.