

ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВУЗОВСКАЯ АКАДЕМИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ
МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОМУНИКАЦИЙ

LINGUA MOBILIS

Научный журнал

№ 7 (46) 2013

Выходит 6 раз в год

Издается с 2006 г.

Челябинск

Главный редактор

Селютин Андрей Анатольевич – кандидат филологических наук, заведующий лабораторией межкультурных коммуникаций Челябинского государственного университета.

Зам. главного редактора, редактор перевода

Селютин Александр Анатольевич – кандидат филологических наук, декан факультета высшего профессионального образования Челябинского государственного института путей сообщений.

НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Шкатова Людмила Александровна – доктор филологических наук, профессор кафедры теории языка Челябинского государственного университета.

Араш Голандам Карим – кандидат филологических наук, зав. кафедрой русского языка Гилянского государственного университета (Иран).

Квашнина Елена Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории языка Челябинского государственного университета.

Селютина Елена Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы Челябинской государственной академии культуры и искусств.

Редколлегия журнала может не разделять точку зрения авторов публикаций. Ответственность за содержание статей и качество перевода аннотаций несут авторы публикаций.

Адрес редакции: 454084, г. Челябинск, пр. Победы, 162-в, к. 107

Группа журнала “Lingua Mobilis” на сайте vkontakte.ru

<http://vkontakte.ru/club7687624>

сайт www.linguamobilis.ucoz.ru

ISSN 1998-1546

© ФГБОУ ВПО «Челябинский
государственный университет»

© Лаборатория
межкультурных коммуникаций

© ООО «Энциклопедия»

Подписано в печать 11.12.13

Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага ВХИ 80 гр.

Объем: 5,5 усл.п.л.

Тираж 500 экз. Заказ 981.

Отпечатано в типографии
“Два комсомольца”.

454084, г.Челябинск,

Комсомольский проспект, 2.

СОДЕРЖАНИЕ

ЯЗЫК ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- Айткалиева А. С., Гуляева Е. И.** Художественное слово как источник нравственно-духовного просвещения7
- Котлярова Т. Я., Пупко К. Ю.** Роль прецедентных феноменов в понимании художественного текста13

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

- Архипова Е. С.** Реализация коммуникативных стратегий и тактик в рекламном дискурсе (на материале рекламных текстов автомобилей)17
- Атжанова Н. Е., Чеботарева А. Д.** Вкрапления со значением «ар-намыс» как средство межкультурной коммуникации23
- Кусаинова А. М., Козина Е.** Особенности репрезентации концепта «память» в произведениях Герольда Бельгера27
- Кусаинова А. М., Молодкина О.** Понятийный компонент концепта «судьба» в творчестве казахстанского писателя-трилингва Герольда Бельгера34
- Морозова О. А.** Этнореклама как средство реализации межкультурных коммуникаций в городе (на примере г. Костаная)38
- Радчук О. А., Мельничук З. А.** Концепт «пространство» в поэтическом тексте42
- Савенкова О. А.** Влияние социальной рекламы на формирование ценностных установок личности45
- Шалгимбекова К. С., Чиченкова А.** История этносов Казахстана (на примере Костанайской области) как предпосылка формирования полиэтнического общества49

ЯЗЫК ПОЛИТИКИ

- Гейко Н. Р.** Политический текст как объект перевода56

ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД

- Бурякова М. Н., Филипенко В.** Способы передачи имен собственных казахского народа на английский язык62
- Сиривля М. А., Кан В. А.** Некоторые проблемы перевода художественных текстов68

Уразахаева О. А. Зоонимы-конфликтогены в русском и английском языках	75
АННОТАЦИИ	79
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	83

CONTENTS

LANGUAGE OF FICTION LITERATURE

- Aytkaliev A. S., Gulyaeva E. I.* Word of art as a source of moral and spiritual education7
- Kotlyarova T. Ya., Pupko K. Yu.* Role of precedent phenomena in the understanding of literary text13

LANGUAGE STUDIES

- Arkhipova E. S.* Implementation of communications strategies and tactics in advertising discourse (on the material of advertising texts hire)17
- Atzhanova N. E., Chebotareva A. D.* Inclusions with a value of «ar-Namys» as a tool of intercultural communication23
- Kussainova A. M., Kozina E.* Features of representation at the concept memory in the works Herold Belger27
- Kussainova A. M., Molodkina O.* Conceptual component of the concept «fate» in the works of Kazakhstan writer-threelinguist Herold Belger34
- Morozova O. A.* The ethic publicity as mean of the realization of intercultural communication in a town (by the example of multicultural Kostanay)38
- Radchuk O. A., Melnichuk Z. A.* The concept «space» in poetic text ...42
- Savenkova O. A.* The influence of social publicity of building up the valuable arrangements of individually45
- Shalgimbekova K. S., Chichenkova A.* History of the ethnoses of Kazakhstan (on the example of Kostanai region) as a prerequisite for establishing a multi-ethnic society49

LANGUAGE OF POLYTICS

- Geiko N. R.* Social and political text as the matter of translation56

LINGUISTICS AND TRANSLATION

- Buryakova M. N., Philipenko V.* The ways of translation of proper nouns of Kazakh people in English62
- Sirivlya M. A., Kan V. A.* Some problems of translation of literary texts68

<i>Urazhaeva O. A.</i> Zoonim-konfliktogens are in Russian and English languages	75
<i>ABSTRACTS</i>	79
<i>INFORMATION ABOUT AUTHORS</i>	83

ЯЗЫК ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

УДК 808.1

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ СЛОВО КАК ИСТОЧНИК ПРАВСТВЕННО-ДУХОВНОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ

А. С. Айткалиева, Е. И. Гуляева

Раскрываются роль и место художественной литературы в формировании нравственно-духовного начала на примере творчества великого казахского поэта-просветителя Абая Кунанбаева.

Ключевые слова: духовная деятельность человека, нравственность, внутренний мир человека, межчеловеческие отношения, художественная литература, высокие нравственные качества людей, духовно развитая личность.

Нравственно-духовное просвещение – это одна из главных и прекрасных сторон человеческой жизни, так как духовная деятельность человека должна иметь свою направленность, которая, в конечном счете, определяется нашей нравственностью, т.е. человеческими качествами.

Самое главное и важное заключается в том, что каждому человеку, прежде всего, необходимо иметь в своем сердце высокую человечность, потому что именно высокие нравственные качества могут дать духовности и верную направленность, и свет, и свободу, и широчайшую перспективу, и будущее. И, наоборот, безнравственность совершенно обесценивает и нейтрализует любую духовную деятельность человека, делая её бесполезной и ненужной. К сожалению, немало в жизни примеров, когда за стремлением некоторых людей к духовности, они в то же время забывают о необходимости совершенствования своих нравственных качеств, тем самым, нанося вред и себе, и обществу. Поэтому, говоря о человеке и о его нравственности, мы должны помнить, что человек – это не просто физическое тело, а то, что человека определяет, прежде всего, его внутренний мир – его разум, сознание, характер, совесть, душа. А нравственность как раз имеет способность как бы окрашивать внутренний мир человека в тот цвет, по которому можно судить о человечности человека.

Например, всем известно, что добрых людей часто называют не иначе как «светлая душа», а казахи, например, издревле называли и называют открытых и добрых людей «ақ көңілді адам», «ашық адам», «ақ ниетті адам» – «светлый человек» или – человек со светлыми намерениями.

Вот почему мы говорим, что высокая нравственность и человечность окрашивают внутренний мир человека – его характер, его ум, его душу, его совесть в светлые цвета, а безнравственность – в темные и черные краски. Как воспевают современный казахский поэт Мухтар Шаханов:

... Но красота – в сиянии души,

А внешнее сияние – бесплодно.

Что толку в блеске, если море мелководно,

Корабль застрянет на такой мели...

Вот такое именно сияние внутреннего мира человека, сияние его души и есть нравственность, которая освещает и самого человека, и его жизненный путь, и весь окружающий мир. А свет этот исходит от таких сторон нравственности, как доброжелательность, мудрое терпение, скромность, благородство, великодушие, уважение и любовь человека к другим людям и к окружающему миру.

Иными словами, нравственность – это самый главный показатель общей развитости человека, это показатель его гармонии и совершенства, это показатель его развитости и его ума, и его характера, и его совести. Нравственность – это составная и основополагающая часть духовности, это неотъемлемая часть полноценной духовной жизни. Уровень нравственного совершенства человека четко виден по его отношению прежде всего к другим людям, а также по его отношению ко всему окружающему миру [1. С. 15–16].

Нравственность является основным показателем и мерой межчеловеческих отношений, поэтому она в разной степени присутствует во всех без исключения сторонах человеческой деятельности: и в экономике, и в политике, и в науке, и в духовной сфере, и в образовании и т.д. Экономика может быть безнравственна, если она направлена не на благо человека и общества; политика безнравственна, если она направлена на дестабилизацию и разъединение человеческого общества; искусство может быть безнравственным, если оно не возвышает, а напротив разрушает и развращает личность и душу человека.

Проблему нравственности, безусловно, рассматривает и решает художественная литература, так как литература изначально призвана

на отражать духовную сторону человеческой жизнедеятельности. Как проза, так и поэзия являются одним из значительных и неисчерпаемых источников нравственности, эти фонтаны человеческой духовности в каждом народе, в каждое время были главным источником живой воды человечности и человеколюбия [3. С. 61–62]. Сила писателей и поэтов состоит в том, что они ведут разговор с читателями не простым обыденным языком, а языком высоких чувств, способных размягчить наши твердые сердца и заполнить их светом и теплом.

Язык любви – язык без слов.

Глазами речь ведет любовь.

Тех, кто влюблён, не сбить с пути,

Хоть верь мне или прекословь... – писал великий Абай

Нетрудно заметить, что чем выше талант писателя или поэта, тем глубже он проникает в глубины человеческой нравственности, раскрывая её тайны, раскрывая перед людьми смысл человеческой жизни и истину об этом мире. Цель таких творцов всегда была ясна и проста, она заключалась в желании открыть глаза людей на их пороки и безнравственность, на их часто неправильную и порой недостойную жизнь. Многие мастера пера прошли и сейчас продолжают идти по этому нелегкому, но благородному творческому пути, неся свет и правду.

Один из таких мастеров пера, известный казахский поэт Абай Кунанбаев, несмотря на свое материальное благополучие, прожил очень тяжелую творческую жизнь, сложность которой заключалась в том, что великий поэт, имея огромный дар нравственного видения, дар народного пророка, прекрасно видел и больно переживал за процветающие в то время в народе безнравственные межчеловеческие отношения, которые, в свою очередь, мешали прогрессу и способствовали их благополучной жизни. В книге «Слова назидания» Абай пишет: *«Существуют три вещи, способные унижить весь человеческий род, которых следует избегать, это: невежество, ленность, злодеяние... Противоядие от этих пороков – человеколюбие, желание всеобщего благоденствия, твердость духа, справедливость, глубокие всесторонние знания»* [2. С. 22–24].

Здесь мы ясно осознаем, что Абай на первое место ставил прежде всего высокие нравственные качества людей – человеколюбие, доброту и справедливость, а лишь потом говорил о необходимости глубоких всесторонних знаний, прекрасно понимая, что злой чело-

век свои знания употребляет на недобрые дела, заботясь только о своем благополучии. Абай мечтал видеть свой народ нравственно возрожденным и духовно развитым, живущим по законам высокой человечности, по законам доброжелательности, терпимости и взаимопонимания. Поэт-просветитель убеждал: *«Разве станешь лучше, равняясь на мерзавца? Добру учатся у добрых людей»* [2. С. 103].

Живя в обществе, человек всегда и везде несет ответственность за свое поведение, поэтому он часто вынужден сдерживать себя и сдерживать некоторые свои негативные желания, исходящие из его характера, тем самым незаметно для себя совершенствуя свою личность. Желания человека должны быть сплетены в живую целостную систему, где несомненное предпочтение должно отдаваться нравственным ценностям. Абай писал: *«Вам (Воле, Разуму и Сердцу) следует объединиться и во всем повиноваться Сердцу. Если вы все трое мирно уживётесь в одном человеке, то даже прахом с его ног можно исцелить незрячих. А не найдете согласия, я отдам предпочтение сердцу. Береги в себе человечность. Всевышний судит о нас по этому признаку»* [2. С. 45–48].

Духовный переворот в казахском обществе начался от Абая Кунанбаева. Абай принес казахам новую систему мышления и познания, стал мостом между культурами Востока и Запада, принес в казахскую культуру духовное достижение арабов, персов, русских, немцев, поляков, венгров и англичан. Однако сам он стоит особняком, не примыкая ни к Востоку, ни к Западу. Мир Абая олицетворяет собой уникальный сплав этих двух культур.

Слова назидания написаны Абаем в последние годы его жизни как подведение итогов жизненного и творческого пути, как обобщение житейского опыта.

Термин «кара» (черный) в сочетании с термином «сөз» (слово) чрезвычайно многозначен: это и обозначение прозы в отличие от рифмованной речи и текста, это и обозначение печали, и, наконец, обозначение, идущее от тюркской традиции, важного, значительного, первостепенного. «Қара сөз» по жанру близки к тому, что в чингизовской традиции называлось «биликом», метким изречением, рассказом о жизненном примере, имеющим значение образца. По европейской традиции, это жанр «максим», «афоризмов», «бесед». Это и непосредственное обращение к читателю, и откровенный разговор - собеседование, это и философия жизни отдельного человека на фоне судеб народа. А по сути «Қара сөз» – исповедь, чрезвычайно

ответственный жанр, ведь высказывание сокровенного перед лицом мира и прежде всего своей собственной совестью требует от писателя предельной честности и искренности. Жанр исповеди известен в мировой литературе со времен Марка Аврелия, Петра Абеляра, Блеза Паскаля и Жан-Жака Руссо. Но для тюркской литературы, и казахской в особенности в силу преимущественно эпического характера, – явление беспрецедентное. Это предельное «обнажение души», глубокие и порой горькие раздумья о бренности человеческой жизни и о судьбе родного народа.

Абай – гений, придавший новое содержание проблемам смысла жизни и труда. Он поучал, что лишь труд-кладезь всех богатств, только труд приносит удовольствие. Его афоризм «Сен де бір кірпіш дүниеге кетігін тап та бар қалан» – «И ты словно кирпич в мире этом, найди свое место в нем» показывает новое содержание казахского бытия. Абай принес казахам новый идеал, в основе которого лежит труд: человек почетен знаниями и трудолюбием, а не материальным богатством.

Абай впервые в казахской степи поднял просвещение и знание на уровень жизненного кредо. Конечно, и до него казахи знали цену науке и образованию. Новаторство Абая состоит в том, что он знания показал как принцип. «Слова назидания» написаны более века назад, но их художественная, культурная, гуманистическая ценность остаются актуальными и интересными для современных читателей. Не случайно это выдающееся сочинение называют «труд души». Емкие, мудрые, лиричные, эмоциональные произведения Абая находят отклик в наших душах. «Ақырын жүріп, анық бас» – «Путь долог, но уверен шаг». Путь к Абаю – это всегда восхождение, а сам он – это всегда продолжение. «Еңбегің кетпес далаға» – «Дела не могут быть напрасны», – писал поэт, и его Слова не разошлись с его делами.

Абай изучаем во всем мире. В центре г. Москвы великому казахскому поэту-просветителю, философу, переводчику Абаю Кунанбаеву установлен памятник, возле которого часто собираются москвичи. Читая наизусть стихи, цитируют слова-назидания, каждый из них в этих строках находит то, что близко его сердцу, его нравственному состоянию.

Основоположник казахской классической литературы, Абай стал духовным проводником своего народа, а созданные им произведения не потеряли своей актуальности и в современных условиях независимого развития Казахстана – суверенного государства, явля-

ющегося примером межнационального, межэтнического и межконфессионального согласия.

Список литературы

1. Турсунов, Б. Нравственно-духовное просвещение. Алматы : Фараби-фонд, 2010. 338 с.
2. Кунанбаев, А. «Слова назидания» / пер. С. Санбаева. Алматы: Жалын, 2008. 160 с.
3. Кожаметова, К. Поликультурное образование в условиях многоэтнического Казахстана. Алматы, 2008. 132 с.

List of literature

1. Tursunov, B. Nравstvenno-duhovnoe prosveshhenie. Almaty : Farabi-fond, 2010. 338 s.
2. Kunanbaev, A. «Slova nazidaniya» / per. S. Sanbaeva. Almaty: Zhalyн, 2008. 160 s.
3. Kozhahmetova, K. Polikul'turnoe obrazovanie v usloviyah mnogoetnicheskogo Kazahstana. Almaty, 2008. 132 s.

УДК 801.1

**РОЛЬ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ
В ПОНИМАНИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА**

Т. Я. Котлярова, К. Ю. Пупко

Рассматриваются особенности функционирования прецедентных феноменов в художественном тексте. Определяется роль фоновых знаний реципиента в процессе понимания текста, содержащего интертекстуальные включения.

Ключевые слова: прецедентные феномены, художественный текст, фоновые знания, интертекстуальность.

Лингвистика XXI века активно разрабатывает направление, в котором язык рассматривается как культурный код нации, а не просто орудие коммуникации и познания. По словам С. Г. Тер-Минасовой, язык является «зеркалом» и «сокровищницей культуры», поскольку он отражает реальные условия жизни народа, его общественное самосознание, менталитет, национальный характер, а также хранит культурные ценности и передает их из поколения в поколение. «Язык не существует вне культуры, то есть вне социально унаследованной совокупности практических навыков и идей характеризующих наш образ жизни» [5. С. 29].

Язык одновременно является и продуктом культуры, и ее важной составной частью, и условием существования культуры, фактором формирования культурных кодов.

Особенно важно учитывать связи языка и культуры в исследовании процесса понимания художественного текста. Художественный текст воспринимается на фоне реальности и в связи с ней, полноценность человеческой коммуникации не обеспечивается исключительно владением языковой системой. К. А. Филиппов отмечает, что «семантика конкретного речевого произведения включает в себя несколько слоев, начиная от лексико-грамматических и семантико-синтаксических значений и кончая коммуникативно-прагматическим и когнитивным содержанием» [6. С. 253]. В соответствии с таким подходом к тексту в область интересов исследователя должно входить все, что касается живого функционирования языка, в част-

ности, изучение роли прецедентных феноменов в построении концепта художественного текста.

Положение теории интертекстуальности о том, что история и общество могут быть прочитаны как текст, привело к пониманию человеческой культуры как единого интертекста, который в свою очередь является основой, «предтекстом» любого нового текста. По словам Р. Барта, «основу текста составляет его выход в другие тексты, другие коды, другие знаки», и, таким образом, текст – как в процессе письма, так и в процессе чтения – «есть воплощение множества других текстов, бесконечных или, точнее, утраченных (утративших следы собственного происхождения) кодов». Следовательно, «каждый текст является интертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры. Каждый текст представляет собою новую ткань, сотканную из старых цитат» [14. С. 226].

Прецедентные феномены отражают интертекстуальные связи, расширяющие семантическое поле художественного произведения. Под прецедентными феноменами имеют в виду особую группу вербальных или вербализуемых феноменов, относящихся к мировому и национальному уровням прецедентности. Все прецедентные феномены (текст, высказывание, имя, ситуация) тесно взаимосвязаны. При актуализации одного из них может происходить актуализация сразу нескольких остальных. Прецедентные феномены, связанные общностью происхождения, могут выступать как символ друг друга. Они часто актуализируются в речи, но при этом прецедентные высказывания и имена выступают как вербальные феномены, а прецедентные тексты и ситуации – как поддающиеся вербализации (пересказ, рассказ) [2; 4].

Важность фоновых знаний в области прецедентных феноменов для понимания художественного текста можно наблюдать на примере рождественской новеллы О. Генри «Дары волхвов» [1]. Самоназвание рассказа отсылает читателя к библейскому сюжету (волхвы, принешие дары новорожденному Иисусу). В свою очередь, для понимания библейского сюжета необходимы знания о том, кто такие волхвы («мудрецы» или так называемые маги, мудрость и сила которых заключалась в знании ими тайн, недоступных обыкновенным людям – от простого знахарства до действительно научного знания). Словом «волхвы» средневековые книжники обозначали библей-

ских магов, пришедших к младенцу Иисусу. Таким образом, название настраивает читателя, обладающего необходимыми фоновыми знаниями, на восприятие «магической», «волшебной» истории. Но сама новелла повествует об обыденной жизни «маленьких» людей – Джима и Деллы, молодых влюбленных, которые, мечтая сделать друг другу дорогие подарки, попадают в нелепую и печальную (на первый взгляд) ситуацию – подарки являются абсолютно бесполезными, так как ни Джим, ни Делла не могут ими воспользоваться. Но автор помогает читателю проникнуть в глубинный смысл произведения (истинная мудрость не в «дарах», а в любви и самоотверженной преданности друг к другу), напоминая о названии новеллы: «Но да будет сказано в назидание мудрецам наших дней, что из всех дарителей эти двое были мудрейшими. Из всех, кто подносит и принимает дары, истинно мудры лишь подобные им. Везде и всюду. Они и есть волхвы» [1].

В тексте новеллы мы также встречаем прецедентные имена библейского происхождения «Царь Соломон» и «Царица Савская»: «Если бы царица Савская проживала в доме напротив, Делла, помыв голову, непременно просушивала бы у окна распущенные волосы – специально для того, чтобы заставить померкнуть все наряды и украшения её величества. Если бы царь Соломон служил в том же доме швейцаром и хранил в подвале все свои богатства, Джим, проходя мимо, всякий раз доставал бы часы из кармана – специально для того, чтобы увидеть, как он рвет на себе бороду от зависти» [1]. Такие сравнения дают читателю возможность сделать вывод о том, что духовные богатства семьи Диллингхем являются не менее ценными, чем сокровища библейских царей. Возможно предположить, что даже без фоновых знаний о прецедентных феноменах, включенных автором в текст, фактуальная информация была бы воспринята читателем (муж продает часы, чтобы купить своей супруге набор гребней для волос. Однако она не сможет воспользоваться подарком, поскольку продала волосы, чтобы, в свою очередь, купить мужу цепочку для часов. Но и ее подарок оказывается бесполезным, поскольку часов у него больше нет). В случае такого поверхностного понимания смыслы «бескорыстная любовь», «самоотречение», «самоотверженная преданность» остались бы недоступны читателю, проекция текста оказалась бы неполной.

Таким образом, анализ функций прецедентных имен в рассказе О. Генри «Дары волхвов» позволяет прийти к следующему выводу:

правильность и глубина понимания текста обеспечивается не только лингвистической компетенцией читателя, но и общим фондом знаний, своего рода «коммуникативным фоном», важной составляющей которого являются знания о прецедентных феноменах.

Список литературы

1. Генри, О. Дары волхвов [Электронный ресурс]. URL: http://smartfiction.ru/prose/gift_of_magi/
2. Гудков, Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М. : Гнозис, 2003. 288 с.
3. Ильин, И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М., 1996. 450 с.
4. Слышкин, Г. Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов. М. : Academia, 2000. 139 с.
5. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М. : Слово, 2000. 624 с.
6. Филиппов, К. А. Лингвистика текста. СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2003. 336 с.

List of literature

1. Genri, O. Dary volhвов [Elektronnyj resurs]. URL: http://smartfiction.ru/prose/gift_of_magi/
2. Gudkov, D. B. Teorija i praktika mezhkul'turnoj komunikacii. M. : Gnozis, 2003. 288 s.
3. Il'in, I. P. Poststrukturalizm. Dekonstruktivizm. Postmodernizm. M., 1996. 450 s.
4. Slyshkin, G. G. Lingvokul'turnye koncepty precedentnyh tekstov. M. : Academia, 2000. 139 s.
5. Ter-Minasova, S. G. Jazyk i mezhkul'turnaja komunikacija. M. : Slovo, 2000. 624 s.
6. Filippov, K. A. Lingvistika teksta. SPb. : Izd-vo S.-Peterb. unta, 2003. 336 s.

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 81.44

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ АВТОМОБИЛЕЙ)

Е. С. Архипова

Данная статья посвящена исследованию коммуникативных стратегий в рекламном дискурсе и тактик, обеспечивающих их реализацию. Выявлены и классифицированы наиболее часто используемые в рекламном дискурсе, коммуникативные стратегии и тактики.

Ключевые слова: реклама, рекламный дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, дифференциация.

Рекламный дискурс является объектом исследований различных научных дисциплин: психологии, социологии, семиотики, прагматики, языкознания и лингвистики. Реклама должна быть доступной, привлекательной, информативной, оригинальной и эстетически красивой, бросаться в глаза, привлекать своего клиента всеми способами, в противном случае она окажется неэффективной. Наиболее важным критерием реализации целей рекламы является ее успешное конкурентное поведение на торговом рынке. Все внутренние законы ее существования, функционирования, ее замысел и интеграция подчиняются одной цели: заставить реципиента обратить своё внимание на рекламируемый товар и купить его.

В данной статье представлены результаты исследования особенностей реализации коммуникативных стратегий и тактик в рекламном дискурсе (на материале рекламных роликов автомобилей) с точки зрения их эффективности. Рекламный дискурс, как и рекламное сообщение, создается ради воздействия на реципиента с конкретной прагматической целью – приобрести рекламируемый товар. Он является видом институционального общения и представляет собой сложный социальный феномен.

А. В. Олянич выделяет особые функции рекламного дискурса и говорит о его важном месте в информационном мире. «Рекламный

дискурс выполняет несравненно большее число функций в современном информационном пространстве, чем функции информирования и воздействия. Он влияет на изменение системы доминантных ценностей современного социума» [4. С. 32].

Многие исследователи рассматривают рекламный дискурс как элемент общего пространства в современной мировой культуре и относят рекламный дискурс к «прагматическому дискурсу», так как в нем выделяются определенные коммуникативные стратегии. Рассматривая рекламный дискурс как прагматический, необходимо выделить определенные особенности прагматики. Понятие функциональности является базовым в прагматическом подходе к языку и, следовательно, в рекламном дискурсе должен присутствовать функциональный аспект. Прагматичность реализуется на всех его уровнях, он многомерен, гибок, полон целенаправленности и многообразен.

При рассмотрении коммуникативных стратегий и тактик в рекламном дискурсе необходимо разграничение понятий «коммуникативная стратегия» и «речевая стратегия». А. Г. Салахова описывает речевую стратегию следующим образом: «В состав речевой стратегии не входят экстралингвистические компоненты коммуникативного взаимодействия, которые присущи коммуникативной стратегии...» [6. С. 71]. Понятие «речевая стратегия» является более узким по сравнению с понятием «коммуникативная стратегия».

Понятие коммуникативной стратегии не относится к открытиям последнего десятилетия, исследования данной темы можно найти уже в начале 80-х годов у Т. А. Ван Дейка, В. З. Демьянкова, Х. Я. Ыйма, С. А. Сухих и др.

И. Н. Борисова рассматривает коммуникативную стратегию как «результат организации речевого поведения говорящего / пишущего в соответствии с прагматической целеустановкой, интенцией» [1. С. 22]. Коммуникативную стратегию можно рассматривать как совокупность речевой стратегии и экстралингвистических элементов, так как речевая стратегия – планирование и реализация поставленных задач речевого воздействия в необходимом для пишущего / говорящего направлении. Наиболее структурированной можно считать классификацию коммуникативных стратегий и тактик, предлагаемую О. С. Иссерс. В зависимости от степени «глобальности» намерений речевые стратегии могут быть более общими, направленными на достижение более общих социальных целей, либо

могут характеризовать конкретный разговор с конкретными целями. О. С. Иссерс выделяет основные (или семантические: дискредитация, уговоры, угроза, просьба) и вспомогательные стратегии (прагматические, диалоговые и риторические) [3. С. 21].

Особенности коммуникативных стратегий в рекламном дискурсе рассматривает Ю. К. Пирогова, которая утверждает, что реклама является одним из видов информационного сообщения и коммуникации, направленной на достижение коммерческих целей. «Реклама актуализирует объект в сознании адресата, улучшает представление о нем, убеждает адресата в пользу рекламируемого объекта» [5. С. 54]. Автор выделяет позиционирующие и оптимизирующие коммуникативные стратегии.

Основываясь на классификации Ю. К. Пироговой и проанализировав практический материал (реклама автомобилей), мы можем выделить следующие наиболее часто встречающиеся стратегии, используемые при создании и переводе рекламы автомобилей – дифференциация, ценностно-ориентированная стратегия (позиционирующие) и мнемоническая стратегия, стратегия повышения распознаваемости рекламы и аргументационная стратегия (оптимизирующие). В ряде позиционирующих мы выделяем дифференциацию, наиболее часто встречающуюся в текстах рекламы автомобилей. Исследование рекламных текстов позволило выявить ряд коммуникативных тактик, с помощью которых стратегия дифференциации может быть успешно реализована. Коммуникативная тактика – это совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия и прежде соотнесена не с коммуникативной целью, а с рядом коммуникативных намерений. Тактика реализуется в разнообразных практических приемах, которые представлены совокупностью языковых и неязыковых средств, оказывающих влияние на адресата.

К тактикам, реализующим стратегию дифференциации можно отнести тактика уникальных предложений, тактику акцентирования внимания на длительности присутствия на рынке, тактику преданности клиенту, тактику создания превосходства и уникальности.

Приведем несколько примеров реклам автомобилей за 2013 год и их переводов, систематизированных по видам использованных тактик.

1. Тактика уникальных предложений – заключается в предоставлении клиенту, тех условий, которые его удовлетворяют полностью. Производитель акцентирует внимание на преимуществах своего то-

вара, его необходимости и качестве. В данном примере производитель указывает положительные стороны конструкции автомобиля.

Ford Focus. The Ford Focus is one of the most complete cars on the road today. Well designed, well engineered, well built, well priced. It drives superbly, does what you need it to? Ford Focus сегодня является одним из наиболее укомплектованных автомобилей на дороге. Хорошо спроектирован, хорошо рассчитан, хорошо выполнен и по отличной цене. Он великолепен в управлении, это всё что вам нужно, не правда ли?

2. Тактика акцентирования внимания на длительности присутствия на рынке – тактика, когда производитель, говорит о своем статусе на рынке, о своей надежности и качестве.

The Land Rover. The Land Rover Family - «Above and Beyond». We grew up strong. Sufficient. Prepared to face a challenge. When you raised a family. To be Proud of. Like Father-like sons. Fair to face new millennium with competency capability. So sixty five years ago. Land Rover continues to go. Семья Land Rover-«Выше и лучше». Мы стали сильными. Достаточно сильными. Готовыми принять вызов. Когда вы подняли свою «семью», ВВ гордитесь ею, как отец гордится сыновьями. Выйти в новом тысячелетии на рынок – и доказать свою возможность на нем конкурировать. Прошло 65 лет. И Land Rover всё еще продолжает это делать.

3. Тактика преданности клиенту. Данная тактика основывается на том, что производитель не говорит прямо о своей преданности клиенту, а говорит о том, что данный товар качественный, долговременный, что потребитель в течение долгого времени будет полагаться на эту марку товара.

BMW X. Drives snowcat. St. Morits. Unforeseen situations occur. If you want it. Why not? Take a Power.-where it has maximum.

Extra. Beyond expectations. B_M_W_Extra. Intelligent, all-wheel drive system.

BMW X Диски ратрак. Гора Сант-Моритц. Непредвиденные ситуации возникают всегда и везде. Если вы все же хотите BMW X. Почему бы нет? Возьмите его мощност, которая у него максимальна. Это вне ожиданий. B_M_W_ExtraBMW - Интеллектуальная, полноприводная система.

4. Тактика создания превосходства и уникальности. Данная тактика направлена на чувства клиента, его собственную необходимость быть индивидуальным и неповторимым.

1. Mercedes. *Be different from all the others. Standing out of a Crowd. You are 'Wolf'. Будь другим. Не будь с толпой! Ты лидер.*

2. Ford Focus. «*Britain's best-selling car. Don't you just hate it when the unwashed masses get it right?*». «**Самый продаваемый автомобиль в Британии.** И как он Вам сейчас после груды этих немых железок, которые доказывают его превосходство?!».

3. Audi 4. «*Chirp*». *Audi A4 drivers have spoken. The Audi A4 ranks highest in Total Quality Index in its class.*

Audi 4. «*Обсуждают*». *Водители утверждают, что Audi A4 в своем классе, занимает самое первое место.*

Данное исследование позволило определить наиболее часто встречающиеся в текстах рекламы автомобилей коммуникативные стратегии, выявить факторы, влияющие на выбор той или иной стратегии, а также разработку дальнейших тактик, позволяющих успешно реализовать данные стратегии. Наиболее часто используются следующие тактики: тактика уникальных предложений, тактика акцентирования внимания на длительности присутствия на рынке, тактика преданности клиенту, тактика создания превосходства и уникальности.

Создателям рекламы необходимо выявить особенности картины мира данного социума и определить круг потенциальных потребителей, их потребности и ценностные ориентиры, что позволит выбрать оптимальный комплекс стратегий и тактик, побуждающих клиентов к приобретению данного товара.

Список литературы

1. Борисова, И. Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика. М., 2005. 145 с.
2. Броженко, С. В. Стратегии и тактики рекламного дискурса // Вестник. Филология. 2011. № 3 (218). С. 11–15.
3. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : Ком Книга, 2006. 167 с.
4. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса. М. : Гнозис, 2007. 189 с.

List of literature

1. Borisova, I. N. Russkij razgovornyj dialog: struktura i dinamika. M., 2005. 145 s.
2. Brozhenko, S. V. Strategii i taktiki reklamnogo diskursa // Vestnik. Filologija. 2011. № 3 (218). S. 11–15.
3. Issers, O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russoj rechi. M. : Kom Kniga, 2006. 167 s.
4. Oljanich, A. V. Prezentsionnaja teorija diskursa. M. : Gnozis, 2007. 189 s.

5. Пирогова, Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия и их отражение в рекламном тексте // «Текст. Интертекст Культура»: сб. докл. междунар. науч. конф. (Москва, 4–7 апр. 2006г.). М. : Азбуковник, 2006. С. 47–58.
6. Салахова, А. Г. Дискурс: функционально-прагматический и функциональные аспекты: коллективная монография / отв. ред. Е. В. Азначева. Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2008. С. 149–182.
5. Pirogova, Ju. K. Strategii komunikativnogo vozdejstvija i ih otrazhenie v reklamnom tekste // «Tekst. Intertekst Kul'tura»: sb. dokl. mezhdunar. nauch. konf. (Moskva, 4–7 apr. 2006g.). M. : Azbukovnik, 2006. S. 47–58.
6. Salahova, A. G. Diskurs: funkcional'no-pragmaticeskij i funkcional'nye aspekty: kollektivnaja monografija / отв. red. E. V. Aznacheeva. Cheljabinsk : Cheljab. gos. un-t, 2008. S. 149–182.

УДК 81.44

**ВКРАПЛЕНИЯ СО ЗНАЧЕНИЕМ «АР-НАМЫС»
КАК СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Н. Е. Атжанова, А. Д. Чеботарева

В настоящей статье раскрывается роль вкраплений в процессе реализации межкультурных коммуникаций. Приводятся конкретные примеры слов-реалий, обозначающих национальный колорит.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, вкрапления, духовная культура, национальный быт, художественная литература, двуязычие, языковые контакты.

Один из ведущих исследователей научно-теоретических вопросов социолингвистики, учёный Б. Хасанов отмечает: «Двуязычие как таковое имеет относительно богатую историю исследования, но на сегодняшний день оно изучается прежде всего как языковая сущность, как одно из проявлений повседневного языкового быта. Однако помимо бытового двуязычия существуют и другие типы, в том числе – художественное двуязычие как высшая форма двуязычия» [1. С. 14].

Двуязычие выступает как средство формирования духовных, нравственно-эстетических качеств поликультурной личности и поликультурного общества, что находит свое выражение именно в сфере художественно-литературных контактов между народами. На современном этапе распространение двуязычия характеризуется влиянием на совершенствование полиязыковой жизни многонационального Казахстана. Изучение вопросов вкраплений как художественно-стилистического приёма двуязычия является одной из актуальных проблем. Лексика двуязычных текстов весьма обширна и составляет самые разнообразные тематические группы: названия одежды, утвари, промысловых принадлежностей, наименование животных, растений, обозначение социальных и родовых понятий и т.п.

В повседневной жизни мы сталкиваемся с многочисленными проявлениями национально-казахского словоупотребления как из сферы материальной культуры (быт, природа, артефакты), духовной культуры (система верований, ценностей, этических представле-

ний), так и из сферы социальной культуры (модели, нормы поведения, отношения, способ мышления о мире и т.д.)

Существуют следующие элементы культуры народов:

1. Материальная культура:

- основной тип поселений, жилища, основные предметы быта;
- одежда (национальный костюм), украшения;
- национальные блюда;
- транспортные средства;
- орудия труда;
- труд с учетом его специфики.

2. Духовная культура:

- народные обычаи, обряды, праздники;
- язык, народное творчество;
- искусство.

3. Нормативная культура:

- общечеловеческие нравственные качества;
- правила общения между людьми внутри этноса и вне его.

В этой связи одной из ярких единиц межкультурной коммуникации является слово «намыс». В «Толковом словаре казахского языка» даны следующие определения:

- *намыс – 1. Адамгершілік, ар, абырой. Ерді намыс өлтіреді.*

2. *Ұят, ұждан.*

- *намысқой – ар-абырой, намысшыл. Намысшыл жігіт.*
- *намысқойлық – намысшылдық, ар-абырой сақтағыштық*
- *намыссыздық – намысы жоқтық, ынжықтық.*
- *баласының намыссыздығына қалыды.*
- *намыстану – намыс қылу, арлану.*
- *намысты – намысы зор, намысқой кісі.*
- *намысшыл – намысқой, ұяты зор – ер.*
- *намысшылдық – намысқойлық, арлылығына іштей сүйсінді*

[2. С. 474].

Казахи говорят «намысқой адам» – человек с чувством собственного достоинства. Намыс также служит для личности стимулом защищать свою честь, честь семьи и близких людей, честь и авторитет Родины. В качестве примера можно назвать имена наших известных спортсменов, ученых, деятелей искусства и других.

Казахский народ говорит: *Малым – жанымның садағасы, жаным – арымның садағасы*, что означает: Ради чести можно пожертвовать жизнью, ради жизни можно пожертвовать скотом.

Ердің екі сөйлегені – өлгені / для мужчины пустословие равносильно позору.

Понятие «намыс» созвучно со значением «шыншыл», «шыншылдық». Например, *Шындық мұратқа жеткізеді* / правдой достигается мечта.

Писатель-трилинг, публицист, переводчик Г. Бельгер отмечает: «Казахское слово «тек» – из разряда высоких понятий. Означает оно «происхождение», «родовитость», «родовые корни», «нравственные истоки», «благородство». «Тексіз адам» – «человек без тека», «без достойных корней» имеет в казахском языке презрительный, уничижительный оттенок» [3. С. 16].

Значение вкрапления «намыс» глубоко раскрывается в следующих пословицах и поговорках:

- *Бойыңды да, ойыңды да, арыңды да таза ұста* / содержи в чистоте и порядке и внешность, и мысли, и честь.

- *Қиын сәтте батыр болмасаң да, батыл бол* / в трудные минуты будь, если даже не героем, то хотя бы смелым.

- *Сын сағатта әлсіздік, ұстамсыздық жасаған адамды халық жек көреді* / народ не любит человека, который в решающий момент проявил слабость и нетерпеливость.

- *Баланы ойынмен, үлкенді шындықпен жеңесің* / ребенка можешь победить игрой, а взрослого – правдой.

- *Әр істе де әділ бол . Әділ болсаң, әлді боласың* / В любом деле будь справедлив, это придаст уверенности.

- *Достыққа берік, адал бол* / в дружбе будь верным и честным.

- *Бар пәледен ұят сақтайды. Барлық істің байламы да ұятта* / от всех невзгод уберезет совесть. Справедливое решение вопросов – это дело чести [4. С. 82].

В заключение следует отметить, что глубокое знание национальных реалий, связанных с менталитетом, психологией, миропониманием, этническими особенностями, культурой, традицией, бытом и формой ведения хозяйства казахского народа, может служить стимулом для изучения его языка и способствует формированию поликультурной личности в условиях межкультурной коммуникации в Республике Казахстан. Общечеловеческие духовные ценности, духовное наследие, священные понятия «намыс», «жігер», «адалдық», «шындық», «ождан», «ар тазалығы» являются фактором взаимопонимания и единства народов многонационального Казахстана.

Список литературы

1. Хасанов, Б. Казахско-русское художественно-литературное двуязычие. Алматы : Рауан. 1990. 302 с.
2. Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. Алматы : Ғылым академиясы, 2000. 774 б.
3. Бельгер, Г. Казахское слово. Астана: 2010. 46 с.
4. Кенжеахметов, С. Жеті қазына. Алматы: «Ана тілі», 2008. 125 б.

List of literature

1. Hasanov, B. Kazahsko-russkoe hudozhestvenno-literaturnoe dvujazychie. Almaty : Rauan. 1990. 302 s.
2. Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. Алматы : Ғылым академиясы, 2000. 774 б.
3. Bel'ger, G. Kazahskoe slovo. Astana: 2010. 46 s.
4. Kenzheahmetov, S. Zheti kazyna. Almaty: «Ана тілі», 2008. 125 b.

УДК 81.44

**ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА «ПАМЯТЬ»
В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ГЕРОЛЬДА БЕЛЬГЕРА**

А. М. Кусаннова, Е. Козина

В данной статье рассмотрена реализация понятийного компонента концепта «память» в произведениях Герольда Бельгера.

Ключевые слова: концепт *память*, репрезентация, Герольд Бельгер, концептуальный анализ, образная память.

Одним из самых частотных ключевых понятий Г. Бельгера является концепт *память*, который он активно использует как в художественных, так и в публицистических произведениях, делясь своими собственными размышлениями или используя его в монологах героев.

В произведениях Г. Бельгера концепт *память* означает память прошлого, способность не забывать, часто он выступает в значении *память-дом, память-родина* или *память-надежда, память-история*.

Сам Г. Бельгер в 10-й главе первой части романа-исповеди «Зов» пишет так: «У меня **плохая память** – ничего не забываю. **Помню то**, что пора бы давно забыть, чтобы не томить душу, не рвать сердце. **Хорошая память** та, что не омрачает твоё существование. А я вот **помню всё**: и обиду умершего с голоду ещё далеко до моего рождения дедушки Фридриха..., и горе моих дядьёв и двоюродных братьев, погибших в трудармии..., и измочалившую моих соплеменников депортацию, и недобрую державную власть..., и все ограничения, унижения, мытарства, злодейства, упорно ставившие нас, спецпереселенцев, на колени... Разве не разумней было бы это всё забыть... **и помнить** только тихие песни мамы под незатейливый перебор гитары, скрипку отца, ласку и любовь аульной смуглянки, щедродушие казахов, доброту аулчан, ширь степей, шелест перелесок, робкое течение реки Есиль в знойную пору и вой свирепых буранов в глухую зимнюю ночь? А я вот так устроен: ничего не забываю, **всё помню**, оттого и живу с напрягом, с вечно сжатыми кулаками. Так, видно, нельзя». И далее автор поясняет: «С чего бы это болит-пошаливает у меня сердце? Наверное, потому, что тащу

непосильный груз памяти. Помню то, что было давно... Во мне обитает слишком много других жизней, других судеб и болей, от чего мне никогда, ни-ког-да уже не избавиться. Может, наступит облегчение, если я всё это изложу, вылью на бумагу? Но хватит ли у меня на это сил и времени? Или мне суждено весь этот груз, весь этот скарб болей, неурядиц, обид, несправедливостей унести в роковой час с собой в так называемый лучший из миров, где, сказывают, всего этого нет и в помине? Не знаю, не знаю...» [5. С. 42–43].

Особый интерес представляет концептуальный анализ репрезентаций концепта «память» в текстах произведений Герольда Бельгера.

Концепт «память» вербализуется в творчестве автора посредством описания ядерной структуры – *память*), а также околядерной зоны, содержащей следующие однокоренные слова: *вспоминание, помнить, памятный, вспомнить, памятник* и др., построением синонимического ряда и периферийной зоны, куда входят фразеологические и паремиологические средства, антонимические пары: *память – забвение, помнить – забыть, вспоминается – забывается, (память) вспыхивает – угасает* и т. п.; метафорические выражения *память встреч, память сердца, память рассудка, память имени, память дел* и др.

Концепт *память* используется в произведениях писателя чаще всего в форме глагола «помнить» и имеет следующие варианты употребления:

1. Помню, так как был тому свидетелем, лично принимал участие, когда к детским воспоминаниям подключается образная память. Например: «*Стояло лето второго послевоенного года. А я помню тот день во всех подробностях и поныне. И, кажется, именно тот случай, тот поход на земляничную поляну странным образом определил мою судьбу*» [3. С. 175]; «*Но тихое, милое сердцу немецкое село Мангейм на Волге не выходило из памяти. Ему было невдомек, что оно уже давно превратилось в русское село Советское*» [4. С. 178]; «*О, да... это место я вспоминаю с благодарностью, с добрым, ибо там я почувствовал себя человеком и оттуда, через Ишим, отправился в далекий путь жизни...*»; «*Но в памяти моей сохранился лишь маленький пятачок – детская игровая площадка с качелями и крохотными деревянными домиками – перед трехэтажным кирпичным зданием, в котором обитали служащие и курсанты летной школы. И это все, или почти все. И*

в том, что больше ничего не помню, — нет моей вины. Или село Мангейм Гнаденфлюрского кантона, родное село моих родителей, следует считать моим элем? Что ж... об этой точке земли **я помню** чуть больше, хотя бы потому, что когда оттуда нас... как бы это сказать поделикатнее, помягче... эвакуировали, мне было полных шесть лет. **И я неплохо помню** бабушкин дом со всеми его пристройками и неизменной летней кухней-бакхаузом, **помню улицу**, хлипкий палисадник с чахлыми деревцами, и даже шаткий мостик, через который проезжала полторка с колхозными музыкантами — духовиками в соседнюю деревню Зихельберг, и я среди них, — **помню**. **Помню** кое-кого из сельчан, типы лиц, песни тех предвоенных лет... во мне и поныне живут дух и облик того удивительного, как мне теперь чудится, времени»; «**Помню** вашу семейную колонну, — сказал Хайнрих. — **И тебя помню**... на второй машине с конца. Сопливая еще была девчонка»; «Эту пору жизни, осень сорок первого, **я помню** до мельчайших деталей. Будто и не прошло столько десятилетий. И поныне, кажется, даже все щели товарного вагона, в котором нас везли на восток, **в моей памяти**» [2. С. 108–110].

2. Помню, так как мне рассказывали, по воспоминаниям близких родственников, по каким-то внезапно возникшим ассоциациям, ярким вспышкам памяти — с участием логической памяти (или логико-образной памяти). В этих случаях автором всегда верно указывается источник информации: мама, бабушка, отец и др. родственники, подчеркивается важность получения какой-либо информации об историческом прошлом своей семьи, о необходимости её сохранения и передачи потомкам. Например: «**Помню** только по фотографии: свежий холмик, деревянный крест с надписью, ты в военной форме, мама в короткой стрижке, в белой беретке, я между вами»; «**Вспоминая** тот Новый — 1941-й год, я десятилетиями мучительно и тщетно **силился восстановить в памяти** короткий стишок, который **ввергнул** тогда мою родню в восторг и умиление»; «Пятьдесят шесть лет спустя, очутившись с инфарктом в больнице в реанимации, я ночами с какой-то воспалённой остротой **оживил в памяти** разные далёкие эпизоды моей жизни, и вдруг совершенно неожиданно, молниеносно, как ожог, вспыхнула первая строка... А на утро, едва раскрыв глаза — вот причудливое свойство человеческой памяти! — **я без всякого усилия вспомнил** и последние две строчки...»; «С мамой при ее жизни я не однажды заводил разговор о том случае. **Она хорошо все помнила, перебирала в памяти** разные

новогодние пожелания-шпрюхе, имевшие хождение среди немецко-колонистов, но в них о маленьком короле не говорилось. **И отец не помнил.** Совместными усилиями **мы вспомнили** печальную балладу о королевских детях, которых насильно разлучили, и гетевские «*EswareinmaleinKönigvonThule*», но нет... все не то...» [2. С. 284].

Автор постепенно включается в процесс обращения к воспоминаниям тех событий, активным участником которых он был когда-то, то есть он видит себя самого в далёком прошлом, которое оставило значительный, незабываемый след в его душе. В этих событиях принимают участие и другие люди, которые находились в то время в непосредственной близости рядом с ним или знакомы ему по рассказам родителей, по источникам дополнительной информации – материальным и нематериальным вещам (фотографии, песни, стихи, награды, дневники, письма), которые, напоминая о прошлом, способствуют продлению памяти. Во всех этих приметах памяти присутствует особый дух семейного счастья, сплочённости, любви, что вместе составляет память об истории каждой отдельно взятой семьи...

3. Помню, потому что нельзя забывать, необходимо передать будущему поколению завет беречь память прошлого – память-запоминание. Здесь описываются подчас неизбежные процессы *забывания-незабывания*, связанные с памятью, которые могут быть как контролируруемыми, так и неконтролируемыми людьми, независимо от их поведения. Иногда автор испытывает чувство сожаления по поводу того, что неизбежно, неумолимо исчезает память о прошлом, что почти не остаётся очевидцев ушедших дней и выражает желание помнить и знать больше о том, что было: «*Интересно, помнит ли Гарри тот последний предвоенный праздник в селе? ... Большие уже никогда Карлсоны и Гертеры в таком составе не собирались*»; «*Немного на свете осталось людей из исчезнувшего с лица земли некогда многолюдного, шумного немецкого села Мангейм, помнящих ту жизнь, ту судьбу развееянного ныне на земле этноса, и я думаю, что для нас, потомков, эта потеря огромна*»; «*Пройдёт ещё, быть может, десяток лет и не останется на земле ни одного человека, который помнил бы Мангейм, отчий край, где некогда бурлила жизнь, превращённый в пепелище, в прах в угоду подлой и трижды проклятой политики ничтожных ублюдков, возомнивших себя вершителями людских судеб*» [2. С. 262]. «*У каждого поколения, естественно, своя жизнь, но молодые должны помнить о*

пережитом старшими, должны чувствовать их время и знать их чаще всего непростые пути-дороги, их судьбы, иначе оборвётся магическая связующая нить, и вырастет сытое, бездумное, безродное племя»; «И не всегда **помним**, что, каждый из нас в отдельности – будь мы хоть семи пядей во лбу – ничто, песчинка, пылинка, если за нами не стоит надежной опорой крепкая, спаянная, многочисленная родня» [2. С. 262]; «Хранить... А осталось ли ещё что хранить? Думаю, да! Прежде всего необходимо **хранить память**. Не дать ей угаснуть, раствориться, в небытии, не позволить себе превратиться в манкуртов. **Беречь память** о своей истории, о былом можно по-разному. **Сохранить память** – сберечь свою душу. ... Разве не о **духовной памяти** пекутся многие наши литераторы?»

«Насильственно оманкуртизированный народ, понятно, **плохо помнит** свою родословную. Многие из российских немцев не то, что далеких предков, родителей толком не знают. И об этом **следует помнить**. И о том необходимо знать. Это нужно вовсе не для того, чтобы еще раз разоблачить кровавый сталинский режим, не для проклятий палачам, а для того, чтобы **сберечь память**, чтобы люди знали правду» [1. С. 114].

А. А. Павлова в своём исследовании «Концептосфера внутрисемейных родословных» рассматривает память, а также способность «помнить», «вспоминать», «забывать» как «управляемые, контролируемые явления». Часто данные глаголы употребляются с кратким прилагательным «должен» или словами категории состояния с модальным оттенком (*мы должны помнить, мы не должны забывать, надо помнить*); а также с глаголами и выражениями, обозначающими определенные ментальные усилия (*постараюсь восстановить, попробую вспомнить, смогла узнать, вспоминаю я его с трудом, кое-что я все-таки узнала, не любит рассказывать о своих родителях, хотя я знаю...*).

Г. Бельгер придерживается такой же позиции о контролируемости данных явлений.

4. Помню, так как память – это история (жизни, семьи, эпохи, документов). Понятия «память» и «история» в произведениях Г. Бельгера семантически связаны между собой, являются универсальными, свидетельствуют о народном опыте, событиях прошлого и судьбах людей, используются им в многочисленных монологах-рассуждениях: «**История – это человеческая память. Прошлое уходит. Верно. Но, заметьте, мил-человек, не умирает. Нет! Я бы**

даже так сказал: *прошлое не проходит. Оно живет в нас. Да, да! Вы согласны?* – Вильгельм Артурович раскраснелся, начал возбужденно потирать длинный нос, быстро – быстро заходил вдоль стеллажей небольшой комнаты. Казалось, он спорил с невидимым противником. – **История – это память. А память не отшибить.** К ней надо относиться уважительно. Мы и так порой излишне усердно внушаем людям, что у них в прошлом ничего не было. А недавно один чудак, облеченный властью, даже высказал публично такое мнение, будто история советских немцев начинается с выхода газеты «Фройндшафт» в Казахстане, то есть, с 1966 года. Каково? Но это вздор! И вот кое-кто из нашего брата начинает верить в это, потому что так удобней, так проще – жить одним сегодняшним днем. Но, мил-человек, надо ведь знать, откуда ты взялся. А?! какой же ты человек, если у тебя нет прошлого, если гордиться тебе нечем»; «...И тогда в ней смутно зарождалось неведомое чувство, легкость, свобода от непостижимого огромного груза, она уже не ощущала ни своего тела, ни тяжести прожитых лет, и впервые за долгую-долгую жизнь **не угнетала, не давила память – память прошлого**» [5. С. 14].

Концепт исторической памяти является определяющим в романе Г. Бельгера «Туюк су», как и мотив в пути: «Люди – песчинка, перекасти-поле. Куда его ветер погонит – лишь Аллах знает» [6. С. 14].

В романе постоянно переплетаются между собой картины настоящего и будущего, создающие событийный ряд и показывающие образную характеристику героев.

Таким образом, нами рассмотрены различные примеры реализации концепта *память* в произведениях казахстанского писателя Герольда Бельгера.

Список литературы

1. Бельгер, Г. Родство: Статьи и очерки. Алма-Ата : Казахстан, 1991. 256 с.
2. Бельгер, Г. Дождь со снегом. Рассказы и миниатюры. Алматы : Атамұра, 2005. 360 с.
3. Бельгер, Г. Земляника степная // Тан-Шолпан. 2006. № 2. С. 166–175.

List of literature

1. Bel'ger, G. Rodstvo: Stat'i i ocherki. Alma-Ata : Kazahstan, 1991. 256 s.
2. Bel'ger, G. Dozhd' so snegom. Rasskazy i miniatjury. Almaty : Atamura, 2005. 360 s.
3. Bel'ger, G. Zemljanika stepnaja // Tan-Sholpan. 2006. № 2. S. 166–175.

4. Бельгер, Г. Книга рецензий. Постфактум. Алматы. 2007. 380 с.
5. Бельгер, Г. Зов. Роман-исповедь. Т. 6. Алматы : «Балалар әдебиеті», 2011. 400 с.
6. Бельгер, Г. Туюк су. Роман, рассказы, эссе. Т. 4. Алматы : «Балалар әдебиеті», 2011. 400 с.
4. Bel'ger, G. Kniga recenzij. Postfaktum. Almaty. 2007. 380 s.
5. Bel'ger, G. Zov. Roman-ispoved'. T. 6. Almaty : «Balalar әdebieti», 2011. 400 s.
6. Bel'ger, G. Tujuk su. Roman, rasskazy, jesse. T. 4. Almaty : «Balalar әdebieti», 2011. 400 s.

УДК 81.44

**ПОНЯТИЙНЫЙ КОМПОНЕНТ КОНЦЕПТА «СУДЬБА»
В ТВОРЧЕСТВЕ КАЗАХСТАНСКОГО ПИСАТЕЛЯ-ТРИЛИНГВА
ГЕРОЛЬДА БЕЛЬГЕРА**

А. М. Кусаинова, О. Молодкина

Рассматриваются основные компоненты концепта «судьба» в русском, казахском и немецком языках, нашедшие отражение в творчестве Герольда Бельгера.

Ключевые слова: концептосфера, концепт *судьба*, немецкая ментальность, предопределение, фатум, префикс, понятийный компонент.

Герольд Бельгер, по отзывам современников и собственному признанию, является истинным выразителем немецкой ментальности. Поэтому ожидается, что репродуцирование концептосферы и концепта *судьба* у Герольда Бельгера будут чисто немецкими.

Учитывая драматическую судьбу российских немцев, ожидается появление на авансцене таких компонентов концепта *судьба*, как *неотвратимая, неумолимая сила, высшая сила, божья воля, предопределение*, которые обратной стороной явления имеют пессимизм. «Образцовый немец», каким сознательно Бельгер себя культивирует, хотя и не возражает, когда подчёркивают его «казахскость», Бельгер хорошо представляет в концепте *судьба* немецкое значение «предназначение», «предписание», однако, значение «предопределение» никогда по отношению ни к себе самому, ни к своим героям не использует.

Ещё одной характерной чертой в творчестве Г. Бельгера в его размышлениях о судьбе является синкретичная подача близкородственных логических понятий.

Так, в одной цепочке у него встречаются *удел – доля – назначение; жребий – доля – удача – назначение; предназначение – судьба – фатум – рок, Судьба – Рок – Фатум – Бог* и др.

Что характерно, словарная дефиниция *предопределение* регулярно заменяется у Бельгера *предназначением*, даже просто *назначением*, что совершенно не одно и то же. *Предназначение*, пусть

даже по высшей воле, предполагает активное творческое начало личности, что совершенно не вписывается в немецкий национальный концепт судьбы.

«А ведь у каждого, кто пришёл однажды в этот мир, свой удел, своя доля, своё назначение. Вот и радуйся, не разевай рот на чужое» [1. С. 280]. *«В конце концов, у каждого поколения свой жребий, своя доля, своя удача, своё назначение, отпущенные Судьбой, и с этой вековой мудростью необходимо, пожалуй, смириться, а не лезть в чью-то душу и навязывать свои отжившие представления»* [4. С. 142]. *«И потому давным-давно уверовал, что я для чего-то создан, что некая чудодейственная сила благоволит ко мне, оберегая меня... и я стал фаталистом и как-то самому себе внушил, что меня ведёт по жизни некое предназначение, судьба, что ли фатум, рок»* [5. С. 170]. *«О, Господи! Разве люди определяют какие-либо сроки? Тем более – пожизненность. Разве это их прерогатива? То ведь не бранный человек знает, будь он хоть трижды депутат, то знает лишь Судьба, Рок, Фатум, Бог! Не так ли? О вечности, о пожизненности не людям судить!»* [4. С. 139].

Активное, творческое начало содержится в немецкой ментальности, но оно не связано с концептом судьба. У немцев оно предопределено высшей силой, и ради реализации этого предопределения представители этой нации, по словам А. Вежбицкой, могут перешагнуть через нравственные законы.

Для Г. Бельгера это уже неприемлемо, поэтому он сознательно заменяет в концепте судьба «предопределение» на «предназначение» и просто «назначение»: *«Представляю, – ответил Эдмунд. – Но сдюжу. Может, это главный смысл моей жизни? Моё предназначение... Мы с женой Валентиной договорились: ни перед чем не остановимся»* [2. С. 198]. Последнее ни в одном из немецких словарей и авторов-классиков не фиксируется.

Префикс **пре-, пред-, предо-** предполагает диктум – высшую силу, небесную силу, божью волю. Поэтому сознательно или интуитивно Г. Бельгер у слова *предназначение* убирает префикс, так как он своё *предназначение* не связывает с высшей силой и предоставляет ей только роль опекуна. *«И в самом деле, оказывался не раз на грани. И каждый раз каким-то образом выкарабкиваюсь. Блажь, наверное. Самовнушение. Утешение. И всё же, всё же... Кто-то меня опекает. С некоторых пор придерживаюсь библейской формулы: что должно быть, то и будет, а что будет, то уже было»* [3. С. 170].

Об этом свидетельствует и такая сентенция: **предопределение – выдумка**: *«Мой отец не разделял бы такую философию. Он был до конца жизни (скончался на 94-м году) убеждён: всё в руках, в воле человека, всё остальное – рок, судьба, предопределение – выдумка. Мне же по душе хадис пророка Мухаммеда: «Вечером не думай, что доживёшь до утра, а утром не надейся дожить до вечера. Будь доволен своим здоровьем и своей болезнью, своей жизнью и своей смертью». Этот нравственный постулат входит в казахскую ментальность и, может, в этом и заключается вся мудрость человеческого бытования? Схожее находишь и в Книге Екклесиаста: «... Человек не властен над духом, и нет власти у него над днём смерти, и нет избавления в этой борьбе...» [4. С. 132].*

По этой же, видимо, причине мы у него в концепте *судьба* не обнаружили немецкого словарного компонента *предписание*.

Бельгер, в качестве составной части концепта *судьба*, чаще всего в синонимическом ряду с *судьбой*, использует *рок*, *фатум*. В этом его ментальный мир полностью совпадает с немецким мировидением, где также *судьба – фатум*, *рок* занимает одно из ведущих мест. Однако, в понятие *судьба* Бельгер вкладывает, на наш взгляд, историческую неотвратимость обстоятельств, в которых вынужден жить человек, поэтому *судьба*, *рок* и *фатум* у него имеют значение не мистическое или религиозное, а историческое. Если обстоятельства изменить невозможно, то своей судьбой человек может и обязан управлять. История, как известно, оборачивается то трагедией, то фарсом: *«И, в сущности, каждая человеческая жизнь на земле – трагедия. Назови её как хочешь – роком, судьбой, фатумом, лживым, обманчивым миром, жребием – таланом – всё равно» [5. С. 333].*

«Сколько о том сказано, написано со времён Адама до нынешних дней! Всё впустую! Бог смеётся над потугами властолюбцев, которые из века в век, из тысячелетия в тысячелетие наступают на одни и те же грабли. Рок какой-то! Фатум! Фарс во времени и пространстве. И конца этому фарсу не будет. Глупость – вечная спутница человечества» [2. С. 136].

Поэтому бельгеровская полисемия слова *судьба* логично включает в себя *историю* и, как её следствие, *трагедию* и *фарс*.

Немецкие словарные материалы этой коннотации не содержат, поэтому компонент концептосферы *судьбы* Бельгера сближается с русской концептосферой, в которой *история существования*, *условия существования* входят в ведущую триаду. Если в целом

у немцев оказался востребованным через турецкую диаспору исламский концепт *kismet*, то в ведущую триаду значений Бельгера включается казахское *құдірет* (таинственная сила), которое, вероятно, ближе к фатализму. Бельгер признает, что иногда обстоятельства могут быть сильнее человека и эту предопределённость он выражает по-казахски *құдірет*, *бұйырғаны болар*, иногда основным казахским термином судьбы *тағдыр*. Причём в русском и немецком текстах он казахские термины чаще всего просто транслитерирует: *құдірет*, *бұйырғаны болар*, *тағдыр*. Надо сказать, что в русскоязычной среде Казахстана, в художественной литературе, средствах массовой информации, разговорной речи можно встретить активное употребление этих казахских слов. Анализ авторских текстов Бельгера ясно указывает на жизненный принцип писателя в том, что в большинстве случаев не рок – судьба управляют жизнью человека, а сам человек. Таким образом, в его индивидуальном представлении судьба не имеет традиционно фатального значения, как, например, у М. Ю. Лермонтова.

В творчестве Бельгера *заман* – один из основных компонентов казахского концепта *судьба* – встречается реже. Он этим термином пользуется, говоря на казахском языке, во время интервью на казахском языке и в публицистике. В художественной речи Бельгер избегает употребления данного термина.

Список литературы

1. Бельгер, Г. Дом скитальца. Астана : Баспаса, 2003. 376 с.
2. Бельгер, Г. Туяк су: роман. Алматы : Дайк-Пресс, 2004. 246 с.
3. Бельгер, Г. Дождь со снегом. Рассказы и миниатюры. Алматы : Атамұра, 2005. 360 с.
4. Бельгер, Г. Плетенье чепухи (из 12-й тетради) // Нива. 2008. № 9. С. 129–149.
5. Бельгер, Г. Зов. Роман-исповедь. Астана : Аударма, 2010. 520 с.

List of literature

1. Bel'ger, G. Dom skital'ca. Astana : Baspasa, 2003. 376 s.
2. Bel'ger, G. Tujuk su: roman. Almaty : Dajk-Press, 2004. 246 s.
3. Bel'ger, G. Dozhd' so snegom. Rasskazy i miniatjury. Almaty : Atamұra, 2005. 360 s.
4. Bel'ger, G. Pleten'e chepuhi (iz 12-j tetradi) // Niva. 2008. № 9. S. 129–149.
5. Bel'ger, G. Zov. Roman-ispoved'. Astana : Audarma, 2010. 520 s.

УДК 81.44

**ЭТНОРЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ
МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ГОРОДЕ
(на примере г. Костаная)**

О. А. Морозова

В статье уделено внимание малоизученному в теории и практике рекламы понятию «этническая реклама». Автор на языковом материале поликультурного города произвел попытку определить границы данного понятия.

Ключевые слова: *этническая реклама, безэквивалентная лексика.*

Костанай является типовым поликультурным городом северного Казахстана. Поликультурный характер его проявляется в том, что он имеет многонациональный состав жителей.

В теле- и радиорекламе моноязычные тексты, если они не повторяются, должны повторяться на государственном (казахском) языке [3].

Таким образом, по признаку языка, на котором распространяется реклама, ее можно подразделить на:

- Моноязычную рекламу, представленную в периодических печатных СМИ. Например: «Торговая марка «Новый день» – это крупное современное производство высококачественных продуктов из натурального молока. «Новый день» в каждый дом!» и др.

Особый тип моноязычной рекламы представляют вывески, витрины различных коммерческих предприятий торговли. Например: «Мир книг», «Мир штор», «Асем», «Нұр».

- Двужызычную (казахско-русскую) рекламу.

Она является основным видом наружной рекламы поликультурного города Костаная. Например: «Қамыр жаңа тоңазытылған бесбармаққа арналған – Тесто бесбармачное свежемороженое» и др.

- Моноязычную или двужызычную рекламу, которая в качестве строевых элементов ее текстов содержит части сложных слов, слова, фразы или предложения из языков, не являющихся языками этносов, проживающих в Казахстане (в основном из английского языка). Например: «Gulnar tour – хорошая компания для хорошего отдыха».

Реклама не только представляет и описывает товар, она говорит нам об интересах и желаниях людей, их мыслях и чувствах, ценностях и идеалах, привычках и обычаях. Национально-культурная специфика проявляется прежде всего в названиях различных торговых заведений, которые понятны только носителю того или иного языка: *Тұмар* (каз.), *Той* (каз.), *Ақ-Шанырақ* (каз.), *Вайнах* (чечен.), *Крайс* (нем.), *Шехерезада* (узб.). Чтобы подчеркнуть национальную принадлежность, буквы часто стилизуются под старинную кириллицу, немецкую готику, арабскую вязь, корейские иероглифы. В оформлении казахскоязычных рекламных текстов используются традиционные казахские орнаменты и рисунки.

Культура не есть замкнутая и обособленная сфера существования, непроницаемая для других культур. Ей присущ выход за свои пределы, интенциональность на другие культурные измерения. Культурная индивидуальность включена во всечеловеческую культуру. Существование культурных типов вне подобной включенности немислимо. Культура есть единство внутреннего и внешнего аспектов бытия. Ей дано внутреннее видение самой себя, однако также необходимо и полезно восприятие извне глазами иных культурных сознаний.

Общепринятым является мнение о том, что как в культуре, так и в языке присутствуют универсальное (общечеловеческое) и национально-специфическое. «Универсальные знания, одинаково осмысливаемые всеми людьми мира или представителями определенных цивилизованных типов, создают почву для межкультурных коммуникаций. В то же время в любой культуре имеются присущие только ей культурные значения, закрепленные в языке, моральных нормах, особенностях поведения и т.п.» [1. С. 74].

Реклама какого-либо продукта или какой-либо услуги рассчитана не на все население, а всегда на какую-то его часть, имеющую сходные нормы поведения, культурные, духовные, потребительские законы и т.д. Например: «*Поминки, банкеты. Недорого*» – данная реклама рассчитана на русскоговорящих жителей поликультурного Костаная или же на людей славянской национальности, так как *поминки* – обряд угощения после похорон в память умершего [2].

Текст рекламы: «*Одежда для мусульманок: платки, палантины, абайи, платья для намаза, кимешеки, туники и др.*» – явно нацелен на определенную группу людей, связанную религиозными верованиями.

Рекламу продуктов «Крупа гречневая «Апашка» (апа с казахско-го – форма обращения к старшей родственнице или старшей женщине), «Сочни для бесбармака «Жайма» (бесбармак – национальное казахское блюдо; жайма – тонко раскатанное пресное тесто для мяса по-казахски), «Картофельная соломка «Смак со вкусом казы» (казы с каз. – брюшной и реберный конский жир, а также изысканное кушанье наподобие колбасы из брюшной и реберной части конской туши) также можно отнести к определенной языковой этнической группе.

Таким образом, строительным элементом текстов этнической рекламы является безэквивалентная лексика.

Итак, в результате анализа текстов этнической рекламы, мы утверждаем, что таковой может быть и реклама, нацеленная на очень большие этнические группы.

Следует отметить, что этническая реклама пока не очень заметна, доля ее в рекламной продукции города невелика и представлена в основном в печатных СМИ. По мере увеличения времени вещания местных телеканалов и радиостанций на казахском языке (сейчас оно составляет уже 50 %), этническая реклама стала появляться и на телевидении и радио.

Специфика рекламы поликультурного Костаная во многом определяется Законами «О языках» и «О рекламе» Республики Казахстан», устанавливающих и регулирующих употребление языков, на которых распространяется реклама.

В рекламном бизнесе «этнической» называют рекламу, рассчитанную на этнические и религиозные меньшинства. В Костаная казахи и русские, принадлежащие к разным культурам и конфессиям, составляют большинство его населения. И рекламу, которая ориентирована только на представителей казахской или русской культур, хотя они не являются меньшинством, на наш взгляд, можно назвать «этнической».

В ходе исследования нашей работы был проведен опрос жителей поликультурного города Костаная. Нами было опрошено 100 респондентов в возрасте от 18 до 56 лет. Из них – 60 женщин и 40 мужчин. Опрос проводился с помощью электронной анкеты, которая по своей структуре состояла из двух открытых вопросов и одного закрытого. Национальность респондентов не учитывались.

Респондентам были заданы следующие вопросы:

1. Как вы понимаете выражение «этническая реклама»?

2. Считаете ли Вы эффективным использование этнической рекламы в Костанаве?

3. Уместна ли, на Ваш взгляд, этническая реклама в нашем городе?

1) Я считаю, что уместна, так как наш город многонационален.

2) Не вижу смысла выделять этнорекламу. Все мы живем в одной социальной группе.

3) Я равнодушен к рекламе в целом.

Примечание: при затруднении ответа на первый вопрос, мы показывали опрашиваемым примеры этнической рекламы в городе Костанаве, при необходимости объясняя значение данного понятия.

Подводя итоги опроса жителей поликультурного города Костанай, можно утверждать, что, во-первых, этнореклама – это еще малоизученная сфера рекламы и поэтому мало кому знакомая, притом, что многие анкетированные логическим путем и на подсознательном уровне понимают, что может значить данное понятие; во-вторых, ознакомившись с текстами этнической рекламы, респонденты не сразу правильно поняли значимость данных текстов для какой-либо определенной этнической группы, неправильно ее восприняли; в-третьих, большая часть опрошенных положительно воспринимает тексты этнорекламы и считает, что она является эффективным способом реализации межкультурного общения жителей в многонациональном городе.

Список литературы

1. Леонтович, О. А. Введение в межкультурную коммуникацию: учеб. пособие. М. : Гнозис, 2007. 368 с.
2. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. М. : Азъ, 1992.
3. Штукина, Е. Э. Лингвокультурная специфика рекламы поликультурного города (на материале рекламных текстов г. Костаная) // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 28 (243). Филология. Искусствоведение. Вып. 53. С. 147–151.

List of literature

1. Leontovich, O. A. Vvedenie v mezhkul'turnuju kommunikaciju: ucheb. posobie. M. : Gnozis, 2007. 368 s.
2. Ozhegov, S. I. Tolkovyy slovar' russkogo jazyka [Elektronnyj resurs]. M. : Az, 1992.
3. Shtukina, E. Je. Lingvokul'turnaja specifika reklamy polikul'turnogo goroda (na materiale reklamnyh tekstov g. Kostanaja) // Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2011. № 28 (243). Filologija. Iskusstvovedenie. Vyp. 53. S. 147–151.

УДК 81.44

КОНЦЕПТ «ПРОСТРАНСТВО» В ПОЭТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

О. А. Радчук, З. А. Мельничук

В статье рассматривается концепт «пространство» в поэзии. Причем само слово пространство анализируется с точки зрения его первоначального понятия, в качестве места. Материалами для исследования послужили стихотворения Р. М. Рильке.

Ключевые слова: концепт, пространство, лирическое стихотворение, когнитивная лингвистика.

Поэзия – сфера одновременно разреженного и максимально сгущенного смысла. Комбинации концептов – единиц смысла – направляют интерпретативную деятельность реципиента, вовлекают его в игру развертывания смыслов [2. С. 121]. Концепт пространства в данной статье мы будем рассматривать в качестве термина, связанного с антропоцентрической парадигмой языкознания и когнитивно-прагматической методологией и представления мировоззренческих, интеллектуальных и эмоциональных переживаний личности, выраженных в лирических текстах.

Если говорить о категории пространства, то данный концепт можно рассматривать с точек зрения, как логики, философии, психологии так и лингвистики. Ведь понятие пространства относится к основным категориям текста.

Это одно из основных проявлений реальности, с которым сталкивается человек, как только он начинает осознавать себя и познавать окружающий мир. Само слово *пространство* используется в поэзии не часто. Очевидно, это связано с абстрактным характером его семантики [3. С. 205]. Лексема пространство достаточно редко употребляется в поэзии рубежа XIX–XX вв., поскольку обозначенное слово более философское, нежели поэтическое. Интересно, что пространство в зависимости от контекста получает различные трактовки [1. С. 96]. Так, например, Л. Г. Панова сводит пространство к трем ступеням от сложного к простому: физическое пространство, окружающее человека, или пространство – вместилище; пространство как атрибут этого мира; пространство как первоначало мира [4. С. 429].

Исследовательской базой анализа концепта «пространство» послужили стихотворения Р. М. Рильке. Так в поэзии Рильке пространство не имеет физического смысла. Это лишь поэтический термин, в котором нет места времени. Ещё одной отличительной особенностью реализации этого концепта в лирике Рильке является его эксплицитный характер, поскольку он реализуется прямыми речевыми номинациями, прежде всего именем концепта (Raum – пространство), выражающим его в наиболее полном объеме и общей форме. К тому же лексема Raum нередко занимает сильные позиции в заглавиях, начальных и заключительных строках стихотворений.

«Die Insel ist wie ein zu kleiner Stern
welchen der Raum nicht merkt und stumm zerstört
in seinem unbewußten Furchtbarsein...»
(«Die Insel Nordsee»)

В этом стихотворении Рильке включает в понятие «Raum» не внутреннее пространство и не просто пространство без всяких границ, а мир, населённый людьми, который просто позабыл об этом острове.

«Worte gehen noch zart am Unsäglichen aus ...
Und die Musik, immer neu, aus den bebendsten Steinen,
baut im unbrauchbaren Raum ihr vergöttlichtes Haus.»
(«Sonnet X (2)»)

В данном случае под понятием «Raum» подразумевается как земля, поверхность, определенное место, которое непригодно (unbrauchbar) для возведения здания.

«Durch alle Wesen reicht der eine Raum:
Weltinnenraum. Die Vögel fliegen still
durch uns hindurch. O, der ich wachsen will,
ich seh hinaus, und in mir wächst der Baum.»
(«Es winkt zu Föhlung fast aus allen Dingen»)

Как правило, исследователи творчества Рильке знаменитое его понятие Weltinnenraum переводят как «мировая душа» или «душа мира», в целом данный перевод отражает сущность Weltinnenraum, но данный концепт можно передать как «Пространство души» (пространство внутреннего мира).

Ведь именно в его произведениях можно проследить одно из основных пространственных оппозиций между внешним и внутренним миром.

«...auf diesem Blumenkelche
aufzurichten: stummer, ruhiggelber
als ein goldenes und rundherum
auch den Raum berührend wie sich selber.»
(«Buddha»)

В этом произведении «Raum» можно перевести дословно как пространство, ведь для поэта оно бесконечно, не имеет границ.

Концепт «пространство» у Р. М. Рильке связан не только с внутренней формой этого слова – простор, но и с образами философского понятия – пространство души. Отметим, что в поэзии Р. М. Рильке пространство понимается как первичное знание о нем, то есть место – вместилище, которое заполнено чем-либо.

Список литературы

1. Бабенко, Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: учебник / Л. Г. Бабенко, Ю. В. Казарин. М. : Флинта : Наука, 2006. 496 с.
2. Еременко, И. А. К вопросу о статусе понятия «художественный концепт» // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. 2006. Сер. Филология. Т. 19 (58). № 3.
3. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1996.
4. Панова, Л. Г. Пространство в поэтическом мире О. Мандельштама // Логический анализ языка. Языки пространств / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, И. Б. Левонтина. М. : Языки русской культуры, 2000. 429 с.

List of literature

1. Babenko, L. G. Lingvisticheskiy analiz hudozhestvennogo teksta. Teorija i praktika: uchebnik / L. G. Babenko, Ju. V. Kazarin. M. : Flinta : Nauka, 2006. 496 s.
2. Eremenko, I. A. K voprosu o statuse ponjatija «hudozhestvennyj koncept» // Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. 2006. Ser. Filologija. T. 19 (58). № 3.
3. Lotman, Ju. M. Vnutri myslja-shhih mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istorija. M., 1996.
4. Panova, L. G. Prostranstvo v pojeticheskom mire O. Mandel'shtama // Logicheskij analiz jazyka. Jazyki prostranstv / отв. red. N. D. Arutjunova, I. B. Levontina. M. : Jazyki russkoj kul'tury, 2000. 429 s.

УДК 81.44

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ УСТАНОВОК ЛИЧНОСТИ

О. А. Савенкова

В статье обобщены результаты свободного ассоциативного эксперимента, направленного на изучение влияния языка социальной рекламы на языковое сознание. Также рассмотрено понятие «демотиватор» в аспекте социальной рекламы.

Ключевые слова: социальная реклама, демотиватор, свободный ассоциативный эксперимент.

Важнейшей особенностью современного мира являются системные изменения коммуникационного пространства. В результате глобального распространения новых информационных технологий, изменения способов обработки, хранения и транслирования информации происходит изменение традиционных, исторически сложившихся способов социализации и передачи социального опыта, контроля над обществом, а также трансформация ценностных ориентаций и мотиваций поведения человека. В этот период пиар как коммуникативное управление, под влиянием которого формируются взгляды социума на организацию, а также происходит адаптация самой организации для достижения своих целей, занимает особое место в жизни общества. Одним из инструментов пиара является реклама, ставшая одним из влиятельных факторов общественной коммуникации.

Социальный пиар как особый вид пиара, нацеленный на гуманизацию и духовное развитие общества, в принципе не может эффективно действовать без социальной рекламы. Социальная реклама стала сегодня неотъемлемой частью социальной реальности, универсальный статус данного феномена современных обществ определяется её коммуникационной природой. В общецивилизованном пространстве реклама выступает действенным инструментом создания потребностей, социального закрепления новых общественно значимых культурных ценностей, социальных норм, правил и стилей потребления, средством воздействия на культуру, процессы со-

циокультурного воспроизводства и в конечном итоге управления потребительским и социальным поведением [6].

В Вузовской академической лаборатории межкультурных коммуникаций при кафедре филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета в составе научно-исследовательской группы мы занимаемся изучением феномена социальной рекламы в психолингвистической парадигме. Цели нашего исследования определили выбор экспериментальной психолингвистической методики – свободного ассоциативного эксперимента [5].

Ассоциативный эксперимент является наиболее разработанной техникой психолингвистического анализа семантики. Существует несколько разновидностей ассоциативного эксперимента [2]. Нами была выбрана процедура свободного ассоциативного эксперимента: испытуемым не ставится никаких ограничений на реакции. Ассоциирование показало влияние языка социальной рекламы на формирование языкового сознания. Это отчетливо прослеживается при анализе реакций на частотные слова из текстов социальной рекламы, функционирующих в г. Костанай: алкоголь, донор, полиция, казахский.

- *Самыми частотными реакциями на стимул «алкоголь» стали слова «вред» и «пьянство», социальная пропаганда против алкоголя как раз ставит своей задачей закрепить эти реакции. Также были выявлены реакции «зло», «беда», «зависимость», «опасность», «печень» и даже «смерть» «убивает». Здесь мы можем наблюдать яркий пример того, как социальная реклама меняет языковое сознание реципиентов. Реакции на стимул «курение» в общем, схожи, но людей, ответивших «вред» на стимул «курение», в 3,5 раза больше, чем ответивших то же на стимул «алкоголь».*

- *Слово «донор» в основном у реципиентов ассоциируется с донорством крови, скорее всего потому, что в текстах социальной рекламы пропагандируется только этот вид донорства.*

- *Стимул «полиция, полицейский» дал большое разнообразие реакций, как положительных, так и отрицательных. Здесь столкнулись влияние социальной рекламы и многолетнее недоверие к сотрудникам «в форме».*

- *Слово «казахский» закрепилось в сознании жителей города Костаная в словосочетании «казахский язык», это связано с активной пропагандой изучения государственного языка.*

Таким образом, анализ ассоциативных полей позволил нам установить, что социальная реклама оказывает на жителей города

Костаная мощное положительное воздействие, но не выглядит при этом агрессивной.

Наши исследования в рамках деятельности Вузовской академической лаборатории межкультурных коммуникаций показали, что функции социальной рекламы (формирование в сознании людей правильных общественных установок, решение социальных проблем, воспитание нового типа человека, не потребляющего, а создающего) иногда выполняет коммерческая реклама (этнореклама, реклама книжной продукции, надписи на тетрадах для школьников). В Интернете наряду с множеством социальных роликов и плакатов функции социальной рекламы исполняют демотиваторы. Целые тематические группы демотиваторов ориентированы на формирование духовных и нравственных ценностей, таких как семья, дети, дружба, любовь, сохранение мира, патриотизм [3]. Этим воплощается аксиологическая функция демотиваторов («*НАСТОЯЩЕЕ СЧАСТЬЕ – ЭТО СЕМЬЯ! А не количество покрытых тобою самок, чувак*»; «*ИСТИННАЯ ЛЮБОВЬ... не имеет счастливого конца, потому что никогда не заканчивается*»; «*ХВАТИТ ПИТЬ! в конце-то концов!*»).

Преимущества демотиваторов в сравнении с социальной рекламой очевидны: они изготавливаются бесплатно и быстро, возможно их неограниченно широкое распространение. Недостатки демотиваторов заключается в невозможности контролировать поднятые в них проблемы и способы их подачи, несмотря на то, что на некоторых сайтах с демотиваторами обозначены запрещенные темы (расизм и национализм, оскорбления). Однако, по нашим наблюдениям, демотиваторы, содержащие нечто непристойное, менее популярны, пропагандирующие общечеловеческие ценности. Демотиваторы также привлекательнее для реципиента, чем социальная реклама, потому что демотиватор изготовил «обычный» человек, чтобы выразить свою точку зрения и отношение к проблеме, а социальная реклама – это почти всегда государственный заказ.

Итак, социальная реклама – это коммуникация с помощью СМИ и других средств передачи информации с целью повлиять на установки людей в отношении тех или иных социальных проблем. Результатом эффективной социальной рекламы должна стать информация о позитивном, более сильном, чем проблемный, образце. Давая сильные эталоны действий (счастливые люди, правильные поступки), социальная реклама способна менять смысловое поле, утверждать координаты ценностей, разделяемых с другими, стано-

виться внутренним ориентиром действия и в конечном итоге частью мировоззрения.

Список литературы

1. Бабина, Л. В. Об особенностях демотиватора как полимодально-го текста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2013. С. 28–33.
2. Белянин, В. П. Психолингвистика: учебник. М. : Флинта : МПСИ, 2009. 416 с.
3. Бугаева, И. В. Демотиваторы как новый жанр в Интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf>
4. Голуб, О. Ю. Социальная реклама: Учебное пособие. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2011. 180 с.
5. Настин И. В. Психолингвистика. М. : Московский психологосоциальный институт, 2007. 180 с.
6. Селиверстов, С. Э. Социальная реклама. Искусство воздействия словом. Самара : Издат. дом «Бахрах-М», 2006. 288 с.

List of literature

1. Babina, L. V. Ob osobennostjah demotivatora kak polimodal'nogo teksta // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. Tambov : Gramota, 2013. S. 28–33.
2. Beljanin, V. P. Psiholingvistika: uchebnik. M. : Flinta : MPSI, 2009. 416 s.
3. Bugaeva, I. V. Demotivatory kak novyj zhanr v Internet-kommunikacii: zhanrovyje priznaki, funkcii, struktura, stilistika [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf>
4. Golub, O. Ju. Social'naja reklama: Uchebnoe posobie. M. : Izdatel'sko-torgovaja korporacija «Dashkov i K^o», 2011. 180 s.
5. Nastin I. V. Psiholingvistika. M. : Moskovskij psihologosocial'nyj institut, 2007. 180 s.
6. Seliverstov, S. Je. Social'naja reklama. Iskusstvo vozdejstvija slovom. Samara : Izdat. dom «Bahrah-M», 2006. 288 s.

УДК 81.44

**ИСТОРИЯ ЭТНОСОВ КАЗАХСТАНА
(НА ПРИМЕРЕ КОСТАНАЙСКОЙ ОБЛАСТИ)
КАК ПРЕДПОСЫЛКА ФОРМИРОВАНИЯ
ПОЛИЭТНИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА**

К. С. Шалгимбекова, А. Чиченкова

В данной статье описывается история формирования этносов Костанайской области, влияющая на развитие культурно-духовной общности народов. Дается полная характеристика принадлежности этноса, количественный состав, язык общения. Раскрывается значимость функционирования Дома дружбы, оказывающего содействие в сохранении и развитии языков, культуры и традиций представителей этносов области.

Ключевые слова: Костанайская область, этнос, межнациональные отношения, язык общения, этническая принадлежность.

Формирование многонационального состава населения на территории современного Казахстана началось в середине XVIII столетия. Однако, до самого начала XX века казахи абсолютно преобладали в составе населения Казахстана. В результате Столыпинской переселенческой политики в Казахстане происходит значительный рост русско-украинского населения. К 1911 году доля казахов сократилась до 67,2 % населения.

В течение всей первой половины XX столетия вплоть до переписи 1959 года, когда относительное количество казахского населения достигло 30,02 %, удельный вес казахского населения неуклонно уменьшался в силу мощного миграционного притока иноэтничного населения в Казахстан [1. С. 74].

Этнос (ethnos – народ) – часть населения антропосферы Земли, возникающая в процессе этногенеза. Важными признаками этнических общностей служат язык и территория. Функция языка – это не только средство общения, но и возможность отражать духовное богатство страны. Язык и этническая принадлежность служат основными критериями этнолингвистической классификации [2. С. 362].

В Костанайской области функционирует областной Дом дружбы, основным направлением деятельности которого является выполнение государственных программ, определённых стратегий Ассамблеи народов Казахстана, утвержденной Указом Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаевым. Важнейшие из них:

– формирование казахстанского патриотизма путем культурно-духовной общности при стержневой роли государственного языка и культуры казахского народа;

– всемирное содействие в сохранении и развитии языков, культуры, традиций многочисленных этносов области [3. С. 36].

В Доме дружбы ведется работа как – общественно-политическая, так и культурно – просветительская. Традиционные мероприятия собирают не только представителей диаспор, но и всех костанайцев, желающих приобщиться к многогранной культуре нашего региона. В Костанайской области основными этносами являются: азербайджанцы, армяне, белорусы, греки, евреи, ингуши, казахи, киргизы, корейцы, немцы, русские, татары, таджики, туркмены, украинцы, чеченцы. Также проживают аварцы, грузины, литовцы, марийцы, молдаване, узбеки, цыгане, чувашаи.

Казахи (самоназвание – казактар, ед. ч. – казак) коренное население Казахстана. Казахский язык относится к тюркской группе языков, входит в кыпчакскую подгруппу тюркских языков (татарский, башкирский, карачаево-балкарский, кумыкский, караимский, крымскотатарский, каракалпакский, карагачский, ногайский). Общество **«Казак Тілі» на базе Дома дружбы сумело найти присущую только лишь ему нишу, в многогранной работе по реализации государственной политики в области развития языка, по обеспечению гармонизации межэтнических отношений, по укреплению мира и согласия в обществе.**

Азербайджанцы (самоназвание – азарбайжанлылар, азарилар, Азарбайжан турклари) – тюркоязычный народ. В Казахстане проживает 89851 азербайджанец, в том числе 3640 в Костанайской области (данные 2007 года). В Костанаве активно работает община, главной целью которой, находится содействие возрождению и развитию языка.

Армяне (самоназвание – хай) – народ, говорящий на армянском языке, принадлежащем к индоевропейской языковой семье. В Казахстане проживает 10791 армянин, в том числе 1896 в Костанайской области (данные 2007 года). Первые армяне в Костанайской

области появились в начале XX века. Как показывает перепись населения 1926 года в Костанайской области проживало 7 армян, а перепись 1999 года показала, что армянское население области выросло в несколько сот раз и составило 1938 жителей, на данный момент по неофициальным данным армянская диаспора Костанайской области насчитывает около 2500 человек. Костанайская область всегда гордилась представителями армянской диаспоры, которые вносили и вносят свой достойный вклад в развитие экономики, культуры и социальной сферы области.

Башкиры (самоназвание – башкорт) – тюркский народ, проживающий на территории России, в Республике Башкортостан в Казахстане проживает 18 898 башкир, в том числе 4 754 в Костанайской области. Наиболее крупные диаспоры башкир в Казахстане – в Карагандинской и Костанайской областях, где в совокупности проживает, почти половина всех казахстанских башкиров. Верующие башкиры – мусульмане-сунниты.

Белорусы (самоназвание – беларусы) – восточнославянский народ, общей численностью более 10 млн. человек. Также проживают в России, на Украине и в других странах. В Казахстане проживает 88201 белорус, в том числе 20356 в Костанайской области. Центр, работающий в Доме дружбы, проводит множество проектов, одним из таких является создание еженедельника «Зубр», выходящего на трех языках (белорусском, казахском, русском).

Греки (самоназвание – эллинес) – народ индоевропейской языковой группы, основное население Греции. В истории депортации греков в Казахстан было три этапа. В 1942 году были высланы греки из Краснодарского края, в 1944-м – греки из Крыма, в 1949-м – греки из Грузии. 16 июня 1949 года в Абхазии была проведена «операция» под кодовым названием «Волна», в результате которой около 30 тысяч абхазских греков были насильно выдворены далеко за пределы их неисторической, но Родины, – в Казахстан. Абхазских греков везли в район Караганды и медных рудников Джезказгана. В Казахстане греки расселились преимущественно в южных районах – в Алматинской, Шымкентской областях, городе Кентау, Пахтааральском районе. По данным переписи 1989 года, греков в Казахстане проживало 47 тысяч человек. Сегодня, по неофициальным данным, их осталось примерно 23 тысячи, по официальным – 7461.

Евреи – народ, восходящий к населению древнего Израильского и Иудейского царств, живущий во многих странах мира (с 1948 года

существует также еврейское государство – Израиль). В Казахстане проживает около 8 тыс. евреев. После открытия воскресной школы на базе Дома дружбы началось изучение всеми желающими иврита. В школу еженедельно поступают газета «Шалом» и публицистический журнал «Лехаим». А также информационный вестник еврейской общины «Давар».

Ингуши (самоназвание – галгай) – народ на Северном Кавказе. В Казахстане проживает около 20 тыс. ингушей, в том числе 1078 в Костанайской области (данные 2007 года). Чечено-Ингушский центр, ведущий свою работу в Доме дружбы наряду с сохранением языка, разрабатывает и реализует социально-культурные программы, оказывает необходимую помощь вынужденным переселенцам из Чечни, проводит благотворительные акции остро нуждающимся членам диаспоры, оказывает консультативно – правовую помощь при регистрации и документировании.

Корейцы – основное население Корейского полуострова. Самоназвание корейцев на корейском языке – чосон сарам в Корейской Народно-Демократической Республике (Северной) и хангук сарам в Республике Корея (Южной). В Казахстане проживает 101948 корейцев, в том числе 3993 в Костанайской области (данные 2007 года). Община совместно с Домом творчества является организатором фестивалей корейской культуры, фестивалей – конкурсов творческой молодежи.

Мордва – экзотным, относимый к двум родственным финно-угорским народам мокша и эрзя, проживающим в Российской Федерации. Каждый из двух упомянутых народов имеет присущие только ему антропологические особенности, свой литературный язык, а также свой отличный менталитет. В Казахстане проживает 9370 мордвин, в том числе 2170 в Костанайской области (данные 2007 года).

Немцы – основную часть нынешнего немецкого стран СНГ составляют, прежде всего, потомки немецких крестьян-колонистов. В 1935-1936 гг. более десяти тысяч немцев были выселены из приграничной зоны на Украине в Казахстан. После издания Указа Президиума Верховного Совета СССР «О переселении немцев, проживающих в районах Поволжья» от 28 августа 1941 г. была произведена тотальная депортация немцев из АССР. Немецкие жители республики были вывезены в отдаленные районы Сибири, Казахстана и Средней Азии. В настоящее время в Казахстане проживает 222296 немцев, в том числе 33680 в Костанайской области (данные 2007 года).

Ежегодно в области проходят фестивали немецкого творчества. На протяжении 9 лет проходит один из самых престижных конкурсов для юных вокалистов «Золотой микрофон», который вырос до статуса международного.

Поляки – самый многочисленный западнославянский народ. Поляки более компактно проживают в Северном Казахстане (Северо-Казахстанская область, Акмолинская область, Кустанайская область). Польская община Казахстана на сегодняшний день практически полностью состоит из людей, родившихся на территории республики в советский и постсоветский периоды. Для большинства поляков в Казахстане русский язык является родным. Посольство Польши оказывает сообществу методическую, консультационную помощь. Огромная работа ведется в плане сохранения польского языка. В Казахстане проживает 36744 поляков, в том числе 1919 в Костанайской области (данные 2007 года).

Русские – восточнославянский народ, проживающий в основном в Российской Федерации, а также составляющий значительную долю населения Белоруссии, Украины, Казахстана, Эстонии, Латвии, Молдавии и Литвы. Разговаривают на русском языке, их связывают общая история, культура и этническое происхождение. В Казахстане проживает 3 945 512 русских, в том числе 371 141 в Костанайской области (данные 2007 года). Русские представляют собой самый крупный этнос Костанайской области, составляя 41% ее населения. Для русских Казахстана характерны низкая рождаемость, высокая смертность и низкие темпы естественного прироста (что также характерно для русских, проживающих в других странах бывшего СССР, включая РФ). Бытовыми и языковыми особенностями, среди русских, выделяется ряд меньших этнографических групп, в частности, казаки – в бассейнах рек Урал, Северный Казахстан, Прииртышье, Семиречье. Большое внимание общиной уделяется русскому языку и литературе. Проводятся Дни славянской письменности и культуры, литературные вечера и поэтические конкурсы литературного объединения «Ковчег», работающего при общине, традиционно проводится конкурс на знание русского языка и литературы среди журналистов и работников полиграфии. Русский язык очень повлиял на языковую среду в Костанайской области, со времен советской власти почти вся система делопроизводства и образования велась на русском языке, результатом этого является широкое распространение языка и по сей день.

Татары (самоназвание татарлар) – тюркский народ, живущий в центральных областях европейской части России, в Поволжье, Приуралье, в Сибири, Казахстане, Средней Азии, Синьцзяне, на Дальнем Востоке. В Казахстане – вторая по численности татарская диаспора в зарубежье. Они представлены во всех областях Казахстана и занимают в стране шестое место по численности.

Туркмены (самоназвание – туркменлер) – тюркский народ. Говорят на туркменском языке (относится к огузской подгруппе тюркских языков). Несмотря на малочисленность является активным участником Дома дружбы. Участвует в проведении национальных праздников.

Таджиков в Казахстане проживает около 50 тыс., кроме того в период с 1991 по 1994 годы в Казахстан прибыли таджикские беженцы и вынужденные переселенцы. По официальным данным, их численность составляет 4-5 тыс. человек, неофициально – 10–12 тыс. Доброй традицией Таджикской общины стало проведение праздника восточных кухонь. Большая работа проводится обществом по оказанию практической помощи детям малоимущих семей.

Украинцы – восточнославянский народ, проживающий преимущественно на территории современной Украины. Украинцы в Казахстане составляют третью по численности этническую группу – 440507 человек. В Костанайской области проживает 7 477 украинцев. Таким образом, Костанайская община украинцев является самой крупной в Казахстане. Визитной карточкой общины, безусловно, является областной фестиваль украинского народного творчества. Общество развивает и укрепляет контакты с другими диаспорами области и Казахстана. Вклад общины в экономическое, культурное развитие области трудно переоценить.

Чеченцы (самоназвание – нохчий) – вайнахский народ Северного Кавказа, насчитывающий 2 миллиона человек во всём мире, основное население Чечни. На территории Казахстана проживает 36 185 чеченцев, в том числе на территории Костанайской области – 2404 (данные 2007 года). Традиционным стало проведение праздника Курбан-байрам, национальных праздников, фестивалей национальных кухонь и другие мероприятия [4. С.197].

На базе Дома дружбы ведется работа по выполнению государственной политики, способствующей развитию дружественных отношений между представителями этносов, проживающих на территории Костанайской области. Анализ показывает, что истории

формирования этносов является первоосновой культурно-духовной общности казахстанского народа.

Содействие их духовно-культурному возрождению и развитию на основе соблюдения принципа равноправия, формированию политической культуры граждан, опирающейся на цивилизованные и демократические нормы

С учетом многообразных национальных интересов в проводимой государством национальной политике – поиск компромиссов для разрешения возникающих в обществе социальных противоречий. Содействие в укреплении и сохранении дружественных межэтнических отношений в полиэтническом обществе.

Список литературы

1. История Казахстана (с древнейших времен до наших дней): в 4 т. Т. 1. Алматы : Атамұра, 1996. 695 с.
2. Советская энциклопедия. М. : Академия, 1968. Т.4. 643 с.
3. Выступление Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева на XVI сессии Ассамблеи народа Казахстана // Страна и мир. 2010. №42
4. Костанайской область. Энциклопедия // Алматы : Изд-во «Арыс», 2006. 362 с.

List of literature

1. Istorija Kazahstana (s drevnejshih vremen do nashih dnei): v 4 t. T. 1. Almaty : Atamura, 1996. 695 s.
2. Sovetskaja jenciklopedija. M. : Akademija, 1968. T.4. 643 s.
3. Vystuplenie Prezidenta Respubliki Kazahstan N.A. Nazarbaeva na XVI sessii Assamblei naroda Kazahstana // Strana i mir. 2010. №42
4. Kostanajskoj oblast'. Jenciklopedija // Almaty : Izd-vo «Arys», 2006. 362 s.

ЯЗЫК ПОЛИТИКИ

УДК 81'23

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ ПЕРЕВОДА

Н. Р. Гейко

В статье общественно-политический текст рассматривается с позиции переводоведения. На материале современных русскоязычных и англоязычных общественно-политических изданий выявлены лексические единицы, вызывающие трудности при переводе, обусловленные лингвистическими и экстралингвистическими факторами.

Ключевые слова: общественно-политический текст, фоновые знания, общественно-политический перевод, адекватность, информативная функция

С каждым днем количество общественно-политических изданий, публикуемых на русском и английском языках, продолжает увеличиваться. Связано это с тем, что именно общественно-политические издания освещают различные общественные и политические события, происходящие во всем мире: статьи о международных, правительственных и общественных организациях и партиях; военных конфликтах, процессе всемирной глобализации, ядерном вооружении, национальных проблемам, экономических кризисах и т.д.

Становится очевидным тот факт, почему большинство исследований по переводу, проведенных в советское время, да и на современном этапе базируются свои научные изучения на материале газетного текста, в особенности на примерах перевода общественно-политических текстов.

Тексты общественно-политической направленности в качестве материала исследования являются доступными для широких масс, к тому же они демонстрируют динамику языка на каждом этапе его развития.

Общественно-политический текст выполняет несколько функций: во-первых, информирование массового читателя (слушателя, зрителя) об общественно значимых проблемах и событиях, происходящих на данный момент в том или ином обществе; во-вторых,

эффективное и результативное формирование социальной оценки к образу реальной действительности; в-третьих, обширное управление, манипуляция общественным мнением с помощью идеологического и пропагандистского воздействия.

К переводу общественно-политических текстов предъявляют совершенно несовместимые, взаимоисключающие требования: он должен быть действенным, способным правильно и быстро осуществлять те или иные практические задачи и при этом быть максимально точным и политкорректным.

Лингвистический анализ общественно-политических текстов, проведенный на материале интернет-версий англоязычных и русскоязычных газет за 2010–2013 гг. («Казахстанская правда» <http://www.kazpravda.kz>, Казахстан, «Комсомольская правда» <http://www.kp.ru/>, inoСМИ.ru, <http://inosmi.ru/>, Россия, «Washington Post» <http://www.washingtonpost.com>, США, «The Telegraph» <http://www.telegraph.co.uk>, Великобритания) показал, что в этом типе текстов встречаются лексические единицы, применяемые для повышения воздействия и большего понимания читательской аудиторией:

1) специальные термины, связанные с политической и государственной жизнью (парламент, депутат, мажилис, революционер, антирелигиозная политика, democрасу (демократия), collapse (коллапс), referendum (всенародный опрос), authority (власть), ballot (баллотирование; голосование), campaign (кампания), diplomatic (дипломатический), summit (саммит));

2) неологизмы, отражающие социально-политические процессы и идеологические понятия (Obamacare, Blairism, Cameroonism, путинизм, Единоросс);

3) слова и словосочетания разговорной речи (political junkies – политический джанки, nuts-and-bolts guys – важные ребята, pundit – «мудрец», politically formidable – внушительный с государственной или политической точки зрения, front-runner – «лидер забега», gutsy – бесстрашный, дерзкий; отчаянный, смелый, храбрый, confab – совещание, переговоры; метод тыка, переплюнуть, нехитрая придумка, житье-бытье, люд попроче, алиментщик, грош, должок, бабахнуть);

4) сложные слова при переводе с русского на английский язык (межпартийный, межэтнический, межконфессиональный, межрегиональный, трансграничный, внутрирегиональная, авиаперевозчик, постконфликтный, народовластие, спецслужба, общенациональный, госслужащий, профсоюзы, госучреждения, госграницы, госзакупка,

Госдума, диппредставительство, дипмиссия, наркоагрессия, спецоперация, госизмена, агитгазета, казнокрад);

5) фразовые глаголы при переводе с английского на русский язык: (to delve into – перебирать, to poke smb in – толкать кого-л. под что-л., **to crack down on – принять жесткие меры, to aim at – стремиться**, to drain away – привлекать, переманивать, израсходовать, потратить, to set out – приступать к, to push forward – продвигать; способствовать осуществлению, to dig into – внедряться);

6) сокращения (НАТО, ЦРУ, ВТО, IMF (**Международный валютный фонд**), WTO (**Всемирная торговая организация**), CSTO – соглашение союза государств о коллективной безопасности, GOP (Grand Old Party), Совфед, Минфин, Минсельхоз, Минэкономразвития, испломк, кабмин, обком, Мосгоризбирком, Рособрнадзор);

7) фразеологические сочетания и идиомы (to point the finger at – обвинять, **under pressure – под давлением, не по собственному желанию**, против воли);

8) образные сравнения, метафоры, элементы иронии: (звучащие проблемы, невиданное мужество, прогрессивные общечеловеки, военный сценарий, политический цирк, ценовые извращения, но не могут же чиновники «рулить» за хозяйственников, пульс времени, вынужден распутывать и этот клубок глава государства, Россия времен Путина, репутационный выигрыш, полотнища триколора – об российском флаге, «дружелюбный фашизм» Америки);

9) цитаты, изложения чужих высказываний (As Gottemoeller pointed out, Moscow's concern with missile defense is «nothing new», having been revealed during the days of President Ronald Reagan's "Star Wars" **plan almost 30 years ago. – Как отметила Геттемюллер, озабоченность** Москвы проектом системы противоракетной обороны «не нова», она уже возникала еще в дни существования плана «звездных войн» президента Рональда Рейгана около 30 лет назад), <http://inosmi.ru/usa/20110118/165754120.html#ixzz2i4bJiLs1>;

10) слова с положительной или отрицательной эмоциональной окраской (постконфликтная реабилитация, беспрецедентная проверка, колоссальный ущерб, недобросовестная конкуренция, «моральное общество», благоприятный исход переговоров, неспортивные бабушки и дедушки, беглый олигарх, острые темы международной политики, сверхнасыщенная программа);

11) нейтральные и стилистически маркированные слова (сей – уст., для работы на новом поприще – книж., кидать (Я говорю: смо-

трите, чтобы не получилось так, чтобы вы нас не «кинули» потом, вы вступите в ВТО, а мы останемся при своих интересах) – прост., в значении обманывать, безобразный инцидент – книж.);

Многие переводчики полагают, что осуществление общественно-политического перевода не требует от переводчика определенных знаний по сравнению со специальным переводом, где необходимо владеть информацией переводимой сферы деятельности. Однако при общественно-политическом переводе важную роль играет «фоновая информация» [4. С. 18], и чем обширнее эта информация, тем адекватнее перевод. Осуществление общественно-политического перевода предполагает учет и анализ страноведческих особенностей и, конечно же, высокий лексический уровень, поскольку лексика социально-политической сферы наиболее подвержена семантическим изменениям.

Лексические единицы GOP, Obamacare, pundits, Ukip, Dukakis, Fiscal Cliff, front bencher, back bencher могут вызвать затруднения при переводе в силу незнания определенных культурно-специфических особенностей англичан и американцев.

Например, сокращение GOP (от Grand Old Party – «Великая старая партия») – неофициальное название Республиканской партии США.

Неологизм «Obamacare» (**Obama+care – образованный по аналогии слова Healthcare – здравоохранение**), который в последнее время все чаще фигурирует в англоязычных СМИ, не что иное как реформа здравоохранения Барака Обамы.

Существительное «pundits» в переводе на русский язык – ученый, эксперт, специалист, однако это разговорное слово, употребляемое политиками в значении «мудрец»: влиятельный политический обозреватель в газете, на радио или телевидении, а также в администрации.

Перевод слова Ukip в предложении *But what about his and other Ukip members' sexist views of women?* (Что на счет его личного сексистского мнения о женщинах? Что думают по этому поводу другие члены Партии независимости Соединенного Королевства?) может вызвать затруднения, если переводчик не знает, что это акроним от *United Kingdom Independence Party: a political party founded in 1993 to seek Britain's withdrawal from the European Union* (Партия независимости Соединённого Королевства – политическая партия, требующая выхода страны из Евросоюза и придерживающаяся консервативных взглядов. Партия была основана в 1993 году).

В предложении «He is our Dukakis», said Rollins («Это наш Дукакис» – сказал Роллинс) непонятно, о ком идет речь, слово Dukakis для русскоговорящего человека, даже владеющим английским языком, может вызвать серьезные трудности при декодировании, единственное, о чем можно догадаться, что это имя собственное. **Dukakis, Michael Stanley (p. 1933) Дукакис, Майкл Стэнли – политический деятель, член Демократической партии.**

В США популярное очередное политическое шоу под названием «Fiscal Cliff», сравнимое по масштабам с прошлогодним поднятием потолка государственного долга Конгрессом США, породило термин fiscal cliff (фискальный обрыв, фискальный утёс) – так прозвали ситуацию в бюджетном секторе США, когда с 1 января 2013 года автоматически должны быть повышены налоги и сокращены расходы на общую сумму \$ 600 млрд или 6 % [<http://toby-go.ru/fiscal-cliff-fiskalnyj-obryv/>].

Front bench — министерская скамья; министры, лидеры оппозиции (отсюда front-bencher министр; бывший министр или руководитель оппозиции, «переднескамеечник»); back bench – скамья для рядовых членов парламента (отсюда back-bencher рядовой член парламента, «заднескамеечник»).

Словосочетание Chief Whip – главный организатор парламентской фракции, «главный кнут» (следит за соблюдением партийной дисциплины, обеспечивает поддержку политики своей партии и присутствие членов фракции на заседаниях парламента).

Golden parachute – «золотой парашют», «золотое рукопожатие». Крупная денежная компенсация, выдаваемая руководителю высшего звена корпорации при уходе на пенсию или при увольнении [termination], в том числе в случае поглощения данной компании. Предусмотрено контрактом, заключаемым при найме.

Dark horse – «темная лошадка». Малоизвестная политическая или общественная фигура, выдвигаемая на крупный государственный пост в условиях, когда взаимное соперничество между основными претендентами лишает их возможности занять этот пост. Среди «темных лошадок», оказавшихся на посту президента США, называются президенты Дж. Полк [Polk, James Knox], Ф. Пирс [Pierce, Franklin], Дж. Гарфилд.

Слово front-runner – лидер, однако в политических статьях означает кандидата, имеющего наибольшие шансы (занять какой-л. пост), «лидер забега». Лидер предвыборной «гонки», особенно на

начальном этапе, кандидат, который имеет больше всего шансов быть выдвинутым на партийном съезде [convention] и способен победить на выборах.

Подавляющее большинство ученых согласно с мнением о том, что перевод – комплексный процесс. Для правильной и точной передачи мысли оригинала необходимо не просто найти подходящий вариант перевода, но и правильно передать его грамматическую форму. К этому еще добавляются в некоторых случаях и стилистические факторы, которые необходимо учитывать.

Переводчику, выбравшего общественно-политический перевод в качестве основного направления своей профессии следует помнить, что успех переводимого текста определяется тем, насколько эффективно используются в переводе языковые средства воздействия и насколько переводной текст отвечает принятым в другом языковом коллективе нормам массовой коммуникации.

Список литературы

1. «Казakhstanская правда» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kazpravda.kz>
2. «Комсомольская правда» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/>
3. inoСМИ.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/>
4. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М. : Изд-во Ин-та общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
5. Интеллект портал Toby-Go [Электронный ресурс]. URL: <http://toby-go.ru/fiscal-cliff-fiskalnyj-obryv/>
6. «The Telegraph» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.telegraph.co.uk>
7. «Washington Post» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.washingtonpost.com>

List of literature

1. «Kazhstanskaja pravda» [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.kazpravda.kz>
2. «Komsomol'skaja pravda» [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.kp.ru/>
3. inoSMI.ru [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://inosmi.ru/>
4. Vinogradov, V. S. Vvedenie v perevodovedenie (obshhie i leksicheskie voprosy). M. : Izd-vo In-ta obshhego srednego obrazovaniya RAO, 2001. 224 s.
5. Intellect portal Toby-Go [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://toby-go.ru/fiscal-cliff-fiskalnyj-obryv/>
6. «The Telegraph» [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.telegraph.co.uk>
7. «Washington Post» [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.washingtonpost.com>

ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД

УДК 81'22

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ КАЗАХСКОГО НАРОДА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

М. Н. Бурякова, В. Филипенко

Данная статья посвящена способам передачи имен собственных казахского народа на английский язык. Рассмотрены трудности их перевода. В ходе работы проанализированы системы транслитерации, используемые в Республике Казахстан. Исследование может быть полезно как для переводчиков, гидов-переводчиков, так и для любого человека, интересующегося проблемами перевода имен собственных.

Ключевые слова: имя собственное, Республика Казахстан, экскурсия.

Многие люди, впервые посещающие страну, стремятся узнать, как жил и живет ее народ, поэтому экскурсия – это то средство, с помощью которого появляется возможность познакомить иностранных граждан с богатым историческим и культурным прошлым и настоящим Казахстана. Страна является конкурентоспособным государством с высоким уровнем развития человеческого потенциала, однако, не смотря на это, знания о Республике Казахстан зачастую сводятся к минимуму. В статье «Казахстан глазами иностранцев» журналист Александра Филипенко опубликовала результаты своего исследования, во время которого людям было предложено ответить на вопрос: «Что вам приходит на ум, когда вы думаете о Казахстане?». Большинство ответов сводилось к следующему: степи, пустыни, лошади, кумыс, целина, Байконур и т.д. [3].

Именно поэтому наше исследование основывается на музейной экскурсии «Этнография казахского народа», предоставленной Костанайским областным историко-краеведческим музеем, целью которой является расширение познаний в области культуры и развития казахского народа. При переводе данной экскурсии нами были использованы архивные и музейные материалы, литературные ис-

точники, словари, предназначенные для экскурсоводов и переводчиков, кинофильмы и воспоминания очевидцев.

Казахский язык является государственным языком Республики Казахстан, и входит в кыпчакскую подгруппу тюркских языков. С 1940 года в его основе используется кириллический шрифт (до этого широко использовался арабский шрифт, затем – латиница) и специфические буквы казахского языка (ә, ғ, қ, ө, ұ, Ү, ң, і, һ) [2].

В Республике Казахстан нет единой системы транслитерации, но широкое распространение получила латиница ГОСТ (существует несколько типов), а также латиница государственного информационного агентства «КазАқпарат» [4].

Система А государственного стандарта республики представляет собой строгую транслитерацию – каждой букве расширенной кириллицы соответствует только один знак расширенной латиницы или специальный символ. Иначе она называется научной транслитерацией.

Система Б является ослабленной транслитерацией, в ней буквы расширенной кириллицы могут передаваться одиночными буквами английского алфавита или буквосочетаниями и специальными символами.

Система Б (упрощённая) является разновидностью ослабленной транслитерации – буквы расширенной кириллицы могут передаваться одиночными буквами английского алфавита или буквосочетаниями и специальными символами. Спецсимвол «гравис» («тупое ударение») может опускаться при соблюдении однозначности распознавания или заменяться латинской буквой «Н». Данный вид применяется при односторонней транслитерации из кириллицы в латиницу: в SMS-сообщениях, названиях интернет-доменов (при этом спецсимволы опускаются полностью) и т.д.

В 2004 году для обеспечения понимания зарубежной диаспорой новостных лент государственное информационное агентство «КазАқпарат» представило свою систему транслитерации, ставшую стандартом казахстанского интернета в части ресурсов, ориентированных на международное распространение. В Институте языковедения Академии наук Казахстана считается, что она имеет наибольшие шансы стать современным алфавитом на латинице, приемлемым для всего казахского народа. За основу шрифта был принят вариант, предложенный представителем Национальной академии наук Республики Казахстан, президентом международного общества «Казак тілі» Абдуали Хайдари.

В приведенной ниже таблице можно выявить различия между данными системами (Таблица 1).

Таблица 1

Сравнительная таблица систем транслитерации

Кириллица	Латиница ГОСТ (А)	Латиница ГОСТ (Б)	Латиница ГОСТ (Б упр.)	Латиница ИА «QazAqparat»
Әә	A`a`	A`a`	A`a`	Ää
Ғғ	Ĝĝ	Gh gh	Gh gh	Ĝĝ
Жж	Žž	Zh zh	Zh zh	Jj
Өө	Ôô	O`o`	O`o`	Öö
Щщ	Ŝŝ	Shh shh	Shsh shsh	Şş şş

Для передачи казахских имен собственных на английский язык мы использовали упрощенную систему государственного стандарта, так как она используется уже давно, широко распространена и будет более понятна иностранным гражданам.

Почти ни один текст экскурсии не обходится без имен собственных, к которым относят имена и фамилии, географические названия, названия учреждений, национальности и т.д. При передаче на язык перевода, прежде всего, нужно уточнить их происхождение в справочных материалах (энциклопедии, географические атласы, справочники, печатные издания, словари).

Существует несколько основных приемов, позволяющих передать имена собственные на язык перевода:

1. Транслитерация – перенос графической формы имени из одного языка в другой (*Чокан Валиханов – Chokan Valikhanov*);

2. Транскрипция представляет собой передачу звучания иноязычного имени буквами принимающего языка (*Абай Кунанбаев – Abay Qunanbayuli*);

3. Географические названия гор, озер, морей передаются на язык перевода с помощью калькирования, если в их состав входят «переводимые компоненты» (*Аральское море – Aral Sea*) [1. С. 15–19].

Современные казахские имена состоят из двух частей: имени и фамилии. Казахские фамилии начали появляться во второй половине XVIII века. Их аффиксами являются заимствованные из русского языка -ев, -ов, -ин, -ева, -ова, -ина (*Бектай – Бектаев, Жанболат – Жанболатов*). Отчество оформляется с помощью суффиксов -ич, -ыч, -евна, -овна, заимствованных из русского языка, или казахского

слова -улы («сын»), -кызы («дочь») (казахский вариант написания -ұлы и -қызы).

К именам правителей и национальных героев обычно прибавляют титул. Например:

Абулхаир хан (хан Младшего жуза) (Әбілқайыр хан) – Abilqajyr Khan.

Абылай хан (хан Среднего жуза) – Abylaj Khan.

Шак-шак Жанибек Кошқарұлы (Шақшақ Жәнібек Қошқарұлы) – Shaqshaq Zhànikbek Qoshqaruly (Zhànikbek-batur).

Айтбай батыр из рода Қанжығалы (Қанжығалы) – Ajtbaj batur of the kin of Qanzhyghaly.

Определенный артикль *the* используется с некоторыми фамилиями, обозначая всех членов семьи.

Алдияровы – The Aldiyarovs.

Яушевы – The Yawshevs.

Арабское слово, означающее Единого и Единственного Бога, Аллах (в казахском языке *Allah*) и имя верховного божества неба политеистического пантеона народов Евразии тюрко-монгольского происхождения, Тенгри (в казахском языке также имеется другой вариант – *Тәңір*) имеют традиционное написание *Allah* и *Tengri* [5].

Остальные имена и фамилии были транслитерированы:

Абдулвалей Ахмедханович Яушев (Абдолвалей Ахмедханұлы Яушев) – Abdolvalej Akhmedkhanuly Yawshev.

Жанузаков Мурат (Жанұзақов Мұрат) – Zhanuzaqov Murat.

Жангабул Тулегенов (Жангабыл Төлегенов) – Zhanghabyl Tolegenov.

Амангельды Иманов (Аманкелді Үдербайұлы Иманов) – Amankeldi Uderbajuly İmanov.

Омар Шипин – Omar Shipin.

Алиби Джангильдин (Әліби Тоқжанұлы Жанкелдин) – Alibi Toqzhanuly Zhankeldin.

Николай II – Nikolay II.

Что касается топонимов, многие из них имеют устоявшееся название в английском языке.

Костанай (Қостанай) Kostanay.

Казахстан (Қазақстан) Kazakhstan.

Джунгария – Dzhungaria (Zungaria).

Россия – Russia.

Туркестан – Turkestan.

Названия некоторых стран употребляются с определенным артиклем. Как правило, артикль не используется перед названиями стран, состоящими из одного имени собственного.

Республика Казахстан – The Republic of Kazakhstan.

Российская империя – The Russian Empire.

Топонимы, имеющие в своем составе переводимый элемент, были переданы на язык перевода с помощью калькирования.

Казахское ханство – The Kazakh Khanate.

Татарская слобода – The Tatar village (Tatar town).

Город Троицк – Troitsk city.

Сырдарьинская, Акмолинская, Тургайская области (Сырдария, Ақмола, Торғай) – Syrdariya, Aqmola, Torghaj regions.

Поселок Амангельды (Аманкельді) – Amankeldi village.

Остальные топонимы были транслитерированы.

Сарыколь (Сарыкөл) – Sarykòl.

Тургай (Торғай) – Torghaj.

Терис-Бутак (Теріс-Бұтақ) – Teris-Butaq.

Батпаққара (Батпаққара) – Batpaqqara.

Все названия национальностей пишутся с заглавной буквы. В большинстве случаев, они имеют устоявшийся вариант написания в английском языке. Форма множественного числа слова в сочетании с определенным артиклем обозначает всех представителей этой национальности.

Казахи – The Kazakhs.

Джунгары – The Dzhungars.

Туркмены – The Turkmen.

Калмыки – The Kalmyks.

Кипчаки – The Kipchaks.

Казачи – The Cossacks.

Узбеки – The Uzbeks.

Таджики – The Tajiks.

Дунгане – The Dungans.

Уйгуры – The Uigurs.

При переводе названий организаций и различных исторических и политических событий и явлений прошлого, мы использовали комплекс переводческих трансформаций. Например:

1. Калькирование и транслитерация:

Младший Жуз – The Little Zhùz.

Средний Жуз – The Middle Zhùz.

2. Калькирование:

Костанайский областной историко-краеведческий музей – The Regional historical and ethnographic museum of Kostanay city.

Великая Отечественная война – The Great Patriotic War.

Советская власть – The Soviet Authority.

Временное правительство – The Provisional Government.

3. Транслитерация:

Коран – Quran (Koran).

Ак-мечеть – Ak-mechet (Aq-meshit).

Как мы видим, некоторые названия имеют не один вариант написания, что зависит от того, были они транслитерированы с русского или казахского языка. В нашем исследовании в большинстве случаев необходимо было найти казахский вариант написания имен собственных (имена и фамилии, географические названия, названия учреждений, национальности и т.п.) для того, чтобы сохранить национальный колорит казахской культуры при передаче их на английский язык.

Список литературы

1. Ермолович, Д. И. Русско-английский словарь для гидов-переводчиков и экскурсоводов. М. : Астрель, 2003. 383 с.
2. Из истории казахского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://semya.kz/news/2008-10-14-978>
3. Пилипенко, А. Казахстан глазами иностранцев [Электронный ресурс]. URL: <http://articles.gazeta.kz/art.asp?aid=144773>
4. Системы транслитерации [Электронный ресурс]. URL: http://baryshnikovphotography.com/bertewor/Казахский_алфавит
5. Тенгрианство в духовной культуре казахского народа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.areal-if.kz>

List of literature

1. Ermolovich, D. I. Russko-anglijskij slovar dlya gidov-perevodchikov i ekskursovodov. M. : Astrel, 2003. 383 s.
2. Iz istorii kazahskogo jazyka [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://semya.kz/news/2008-10-14-978>
3. Pilipenko, A. Kazahstan glazami inostrancev [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://articles.gazeta.kz/art.asp?aid=144773>
4. Sistemy transliteracii [Jelektronnyj resurs]. URL: http://baryshnikovphotography.com/bertewor/Казахский_алфавит
5. Tengrianstvo v duhovnoj kulture kazahskogo naroda [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.areal-if.kz>

УДК 81'22

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ

М. А. Сиривля, В. А. Кан

Рассматриваются языковые и культурные барьеры, возникающие при интерпретации оригинального текста переводчиком. К основным переводческим проблемам относятся: специфика перевода устойчивых выражений; проблема перевода игры слов; культурные различия, при этом основной задачей переводчика является устранение возникающих проблем.

Ключевые слова: перевод, интерпретация текста, устойчивые выражения, игра слов, языковые и культурные барьеры.

Что такое перевод текста? Перевод текста в общем можно определить как создание на основе оригинального текста на одном языке эквивалентного ему текста на другом языке, равноценного оригиналу в коммуникативном отношении. По жанрово-стилистической окраске переводимого материала можно выделить следующие классификации переводов текстов: научно-технический, общественно-политический, военный, юридический, бытовой и художественный переводы. В этой работе мы обратим внимание на особенности перевода художественных текстов.

Актуальность темы исследования обусловлена устойчивым интересом к проблемам понимания авторского замысла и адекватной передачи смысла иноязычного текста, функционирующим как художественной литературе, так и в реальной жизни. Изучение особенностей и трудностей перевода ведется в филологии в разных направлениях: фразеологическом, идиоматическом, словообразовательном, лексикологическом, лексикографическом, стилистическом и др. Перевод является важным вспомогательным средством, обеспечивающим выполнение языком его коммуникативной функции в тех случаях, когда люди выражают свои мысли на разных языках. Возможности перевода отражаются в особенностях перевода художественных текстов со свойственной им экспрессивностью и специфическими функциями.

Предметом исследования явились особенности художественно-перевода в романе Д. Лондона «Белый Клык». **Цель исследования** состоит в изучении роли перевода языка героев произведения как части авторского замысла и особенностей отражения характера и личности героя. Целью исследования определяются следующие **задачи**: 1. Обозначить основные проблемы перевода художественного текста. 2. Изучить связь между решаемыми в произведении художественными задачами и спецификой переводного текста. **Научная новизна исследования** заключается в опыте перевода, отличного от распространенного варианта, включённого в художественный текст. Избранная для исследования проблема не утрачивает своей актуальности, поскольку интерес к игровым возможностям перевода художественного текста в наше время чрезвычайно велик.

Переводя художественный текст с иностранного языка на русский, переводчик, как правило, сталкивается с целым рядом трудностей. В теории перевода художественных текстов бытует следующее мнение: оригинал художественного текста, изначально написанный для читателей своего языка, обладает своими национальными особенностями и характеристиками, которые характерны только для данного народа, практически не может быть в абсолютной точности воссоздан на языке другого народа [2. С. 13]. **И с этим нельзя не согласиться.**

В отличие от переводов, к примеру, научных текстов, перевод художественных произведений можно в полной мере сравнить с искусством, чьей задачей является не буквальная передача текста, а нечто большее. Сложность перевода художественных текстов можно объяснить специфическими способами отражения мира в разных языках и различием культур, к которым принадлежат языки перевода и оригинала, из-за чего дословный перевод зачастую просто не в состоянии передать всю глубину художественного произведения.

Далеко не каждый, даже практикующий, переводчик в состоянии качественно перевести художественное произведение, так как зачастую переводчику приходится не столько репродуцировать текст на иностранном языке, сколько создавать его заново, предварительно всесторонне осмыслив оригинал. Для создания грамотного литературного перевода переводчик должен обладать умением интерпретации игр слов, способностью передачи художественных образов. Следовательно, переводчик художественных произведений – это не просто человек в совершенстве владеющий двумя языками, это

также и писатель. Русский писатель Александр Иванович Куприн очень метко это подметил: «...для перевода с иностранного языка мало знать, хотя бы и отлично, этот язык, а надо еще уметь проникать в глубокое, живое, разнообразное значение каждого слова и в таинственную власть соединения тех или других слов» [3. С. 26].

Иными словами, перевод художественного произведения не есть просто буквальный дословный перевод текста и зачастую художественный перевод текста может не совпадать с оригиналом, так как главная задача такого перевода – чтобы перевод означал для носителей языка перевода то же самое, что значило исходное высказывание для носителей своего языка [5. С. 98]. Следовательно, переводчик излагает на бумаге свое видение, понимание художественного текста. Проведя анализ перевода и сопоставив результаты с оригиналом текста, можно определить уровень, художественный вкус, широту писательского кругозора и особенности мировоззрения переводчика.

При первоначальном анализе особенностей перевода художественного текста, можно выделить следующий ряд проблем, с которыми сталкиваются все переводчики:

- специфика перевода устойчивых выражений;
- проблема перевода игры слов;
- необходимость принятия во внимание культурных различий.

Специфика перевода устойчивых выражений не так сложна, как может показаться на первый взгляд. Пользуясь словарем устойчивых словосочетаний и оборотов речи, а также словарем синонимов можно без особого труда подобрать наиболее подходящий перевод.

Для примера рассмотрим следующее предложение, взятое из книги Джека Лондона «Белый Клык» («White Fang»): «*No reflection on you, doctor, you understand; but he must have the advantage of every chance*» [6. Р. 283]. (Выражение *no reflection on you* при дословном переводе будет звучать примерно так – *на вас это никак не отражается*). Данное предложение является частью диалога, происходящего между судьей Скоттом и хирургом. Разговор является более деловым, чем дружеским. Переводчик М. Лагунова предлагает переводить данное выражение как «*не обижайтесь*». Также его можно перевести как «*не принимайте на свой счет*». Оба варианта являются лексически верными, но имеют небольшие стилистические различия. Мы больше склоняемся ко второму варианту перевода, так как он более соответствует разговорной обстановке в повести.

Проблема перевода игры слов является одним из самых интересных моментов в художественном переводе – это когда переводимый текст имеет юмористическую или ироническую подоплеку. Надо обладать особым мастерством, чтобы умудриться сохранить игру слов, которую подразумевает автор.

Преимущественно игра слов основывается на многозначности слова. Порой случается, что значения обыгрываемого слова в оригинале и переводе совпадают, позволяя сохранить смысл и принцип игры слов. Проблема же заключается в том, что языковые совпадения при игре слов чрезвычайно редки [1. С. 183].

В этом случае данную игру слов допускается пропустить, или же компенсировать ее, обыграв какое-то иное слово. Либо сделать так, как делает большинство переводчиков – поставить свое примечание с пометкой «игра слов».

Отличным примером переводческого мастерства является перевод одной из классических английских шуток:

Человек приходит на похороны и спрашивает у одного из гостей: «Am I late?» (Я опоздал?).

Ему отвечают: «Not you sir. She is» (Не вы, сэр. Она).

Игра слов в данном случае основывается на значениях слова *late*, которое можно перевести как опоздавший, и как усопший.

Дабы разрешить данную проблему, переводчик, чье имя до нас не дошло, решил заменить не одно слово, а целое предложение. Вот что получилось:

– Все кончилось?

– Не для вас, сэр. Для нее.

Переводчик виртуозно справился с поставленной задачей, сумев не только перевести саму шутку, но и сохранив ее юмор, что является высшим мастерством в переводческом деле.

Необходимость принятия во внимание культурных различий является одним из показателей мастерства переводчика.

Переводчик художественных текстов должен не только мастерски владеть иностранным языком, он также должен быть знатоком культуры страны, на языке которой был написан оригинальный текст. Затруднительным представляется перевод текстов другой эпохи, или культуры, без соответствующих знаний.

К примеру, рассмотрим популярные способы описания женской красоты в разных культурах. В отличие от русскоязычных стран, где верблюд, являясь символом неприхотливости, выносливости и

торговли, также олицетворяет некоторые дурные привычки («плевать как верблюд»), в арабских странах верблюд является символом красоты, поэтому сравнение прелестной, миловидной девушки с верблюдицей встречается так же часто, как сравнение красавицы с лебедью или березкой в русской литературе. Таким образом, похвала в арабской культуре в руках неопытного переводчика может превратиться в непристойное оскорбление в русской.

Дальнейший анализ особенностей перевода художественных текстов приводит к выводу, что помимо вышеперечисленных проблем, также существует ряд других сложностей, затрудняющих перевод текста. К примеру, возьмем перевод диалогов.

Перевод диалогов отличается от перевода основного текста тем, что при их переводе переводчик должен учитывать не только авторский стиль, но также должен уметь улавливать и передавать особенности и характер участвующих в них героев, характер их взаимоотношений между собой. Помимо этого диалоги также порой несут дополнительную информацию, которую в силу различий культур и языков передать представляется невозможным. Ярким примером является акцент героев.

Рассмотрим часть диалога, также взятую из книги «Белый Клык». Диалог происходит между Уидоном Скоттом и человеком, работающим на него – Мэттом.

“I tell you yes, an’ broke to harness. Look close there. D’ye see them marks across the chest?”

“You’re right, Matt. He was a sled-dog before Beauty Smith got hold of him.”

“An’ there’s not much reason against his bein’ a sled-dog again.” [6. P. 200].

Вот как этот диалог выглядит в переводе Н. Волжиной:

«Я вам говорю – пробовали. Он и в упряжке ходил. Вы посмотрите поближе. У него стертые места на груди»

«Правильно, Мэтт! До того как попасть к Красавчику Смигу, он ходил в упряжке».

«А почему бы ему не походить в упряжке и у нас?» [4. С. 134].

Смысл самого диалога был передан верно. Однако часть информации была утеряна при переводе. Мэтт говорит с особым акцентом, который при переводе был утрачен. Поверхностный анализ этого акцента позволяет нам установить, что Мэтт является жителем Соединенных Штатов Америки, также сокращения слов такого типа

присущи для жителей южных и западных штатов. Наличие же самого акцента позволяет нам предположить, что Мэтт, скорее всего, является человеком малообразованным. Можно постараться указать на акцент путем внедрения в реплики Мэтта слов-паразитов, некоторых архаизмов или жаргона, тем не менее, часть информации все же будет утрачена.

Художественный перевод произведений – это долгий и трудоемкий процесс, который является своеобразным вызовом для любого переводчика, так как он требует не только исключительного уровня знания двух языков, но и их культуры. При этом в силу тех или иных причин, не всегда представляется возможным передать всю ту информацию, которую несет в себе оригинал. Точный и наиболее близкий к тексту перевод языка героев произведения как части авторского замысла и особенностей отражения характера и личности персонажей произведения. В ходе исследования были определены основные проблемы перевода художественного текста, которые состоят в трудностях перевода идиом, каламбуров и экспрессивных оборотов, отражающих национальный менталитет. Отличительной чертой художественных переводов является то, что они передают не только смысл оригинального текста, но и, в силу своей специфичности, особенности восприятия самого переводчика. В общем же, суть этого процесса можно определить как попытку устранения языкового и межкультурного барьера между автором и читателем, пропускающая оригинальный текст, сквозь «призму восприятия» переводчика.

Список литературы

1. Влахов, С. Непереводимое в переводе. М. : Международные отношения, 1980. 342 с.
2. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник. М. : Высш. шк., 1990. 253 с.
3. Куприн, А. И. Юнкера. М. : Эксмо-Пресс, 2007. С. 1–78.
4. Лондон, Д. Белый клык. М. : АСТ, 2008. 237 с.
5. Тернистый путь переводчика: [Электронный ресурс]. URL:

List of literature

1. Vlahov, S. Neperevodimoe v perevode. M. : Mezhdunarodnye otnoshenija, 1980. 342 s.
2. Komissarov, V. N. Teorija perevoda (lingvisticheskie aspekty): uchebnik. M. : Vyssh. shk., 1990. 253 s.
3. Kuprin, A. I. Junkera. M. : Jeksmo-Press, 2007. S. 1–78.
4. London, D. Belyj klyk. M. : AST, 2008. 237 s.
5. Ternistyj put' perevodchika: [Elektronnyj resurs]. URL: <http://>

[http://moiperevod.ru/info/articles/
article_detail.php?id=96](http://moiperevod.ru/info/articles/article_detail.php?id=96)

6. London, J. *Novels and Stories/*
J.London Novels and Stories. Call
of the Wild, White Fang, The Sea-
Wolf, Klondike and Other Stories.
N. Y. : Penguin Putnam Inc, 2007.
1021 p.

[moiperevod.ru/info/articles/
article_detail.php?id=96](http://moiperevod.ru/info/articles/article_detail.php?id=96)

6. London, J. *Novels and Stories/*
J.London Novels and Stories. Call
of the Wild, White Fang, The Sea-
Wolf, Klondike and Other Stories.
N. Y. : Penguin Putnam Inc, 2007.
1021 p.

УДК 81'22

ЗООНИМЫ-КОНФЛИКТОГЕНЫ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

О. А. Уразаева

В данной статье говорится о зоонимах в роли обращения, несущих в большинстве случаев отрицательную коннотацию и воспринимающихся как конфликтоген.

Ключевые слова: зоонимы, обращения, отрицательная коннотация и конфликтоген

Последнее время интерес к проблеме восприятия зоонимов в большей степени как конфликтоген, придающий ярко выраженную экспрессивную окраску, сопровождается все возрастающим научным интересом и имеет множество исследований в данной области.

Это прослеживается в разных видах речи а, кроме того, описание таких классов языковых единиц, как термины, профессиональные жаргонизмы, эпитеты, сравнения, гиперболы, вокативы, ирония, антономазия и др., невозможно представить без зоонимов. Поэтому появляются новые работы, исследующие, казалось бы, уже полностью изученную тему. Процесс познание является бесконечным, поэтому невозможно представить работу (в любой области), которая ставила бы точку в исследовании данного вопроса [1; 2; 3; 4].

Для того чтобы разобраться с данной проблемой необходимо дать понятия ключевым словам в статье таким как, обращение, восприятие и зооним-конфликтоген; последнее слово из которых – является стереотипом.

Толковый словарь иностранных слов Л. П. Крысина дает трактовку – а, м (зоо + греч. Опута имя) *лингв.* собственное имя (кличка) животного как объект лингвистического изучения [5].

Толковый переводоведческий словарь дает определение понятию зооним: 1. наименование представителя животного мира и 2. кличка.

Понятие восприятие восприятие (с англ. perception): 1. Субъективный образ предмета, явления или процесса, непосредственно воздействующего на анализатор или систему анализаторов (употребляются также термины «образ восприятия», «перцептивный

образ») 2. Сложный психофизиологический процесс формирования перцептивного образа (употребляются также термины «перцепция», «перцептивный процесс»). Иногда термином восприятие обозначается система действий, направленных на ознакомление с предметом, воздействующим на органы чувств, т. е. чувственно-исследовательская деятельность наблюдения (см. Перцептивное действие) [7].

В английской и русской культурах зооним имеет различные культурные коннотации, которые тесно связаны с историей обычаями, бытом, страноведением, географическим положением и языковой культурой. Это «изюминка» каждого языка.

Зоонимы представляют собой сложные языковые единицы, которым присущ значительный информационный потенциал. Использование названий животных в роли обращений, в первую очередь, отражает духовный мир человека, его нравственность. В состав зоонимов-обращений входят названия тех животных, которые известны людям своими определенными качествами и поведением. Они могут выполнять различные функции в языке. Могут охарактеризовать человека с абсолютно разных сторон: со стороны его внешности, внешнего вида, интеллекта и отразить его внутреннее состояние души.

Зоонимы-обращения помогают нам охарактеризовать ряд качеств, присущих человеку одним словом, т. е. зоонимом. Например, обращение к человеку со словами: «козел», «свинья», «лось»; “donkey” – осел ; “dirty dog” – пакостник, свинья; “sow” – свиноматка, козел. Или словосочетания – «собака ты серая», «кошка драная» или “hog man” – скупердяй; “rat man” – доносчик, трус уже характеризует человека не с лучшей стороны, т.е. несет отрицательную коннотацию и это обстоятельство придаёт им в контексте разговорную окраску. В большинстве случаев люди нелестно реагируют на резкое обращение, высказывание, обидные слова – зоонимы которые воспринимаются часто, как конфликтоген. Такого рода зоонимы-конфликтогены употребляются в частных беседах, в малых социальных группах (коллеги, друзья, родственники, круг знакомых, семья, сокурсники). В институциональном дискурсе они недопустимы и считаются оскорблением.

Изучив материал, мы пришли к выводу, что по характеру коннотаций их можно поделить на две группы, которые заключают в себе и отрицательную коннотацию и положительную. Это зависит от отношения говорящего к своему собеседнику, настроения человека и его внутренней нравственности.

В процентном соотношении в русском языке, по выявленным результатам, зоонимы-обращения с отрицательной окраской составляют около 98 %, в английском языке около 88 %. Возможно, это можно объяснить тем, что в лексико-семантической системе сопоставляемых языков, количество отрицательно-оценочных обращений гораздо меньше, чем количество положительно окрашенных обращений. И это компенсируется зоонимами с отрицательной окраской. Следовательно, употребление большого количества отрицательных зоонимов по сравнению с зоонимами с положительной окраской диктуется объективной реальностью структуры языков [8].

Список литературы

1. Корман, Е. А. Фразеологические единицы с анималистическим компонентом в испанском языке: функционально-прагматический и когнитивный аспекты: дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2007. 305 с.
2. Мижаева, М. О. Фразеологические единицы с анималистическим компонентом в кабардино-черкесском языке: дис. ... канд. филол. наук. Черкесск, 2003. 163 с.
3. Солнцева, Н. В. Сопоставительный анализ зоонимов русского, французского и немецкого языков в этносемантическом аспекте: дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2004. 220 с.
4. Шепилова, Т. А. Французские фразеологические единицы с компонентом-зоонимом : Семантический, функционально-стилистический и когнитивный аспекты: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2001. 157 с.

List of literature

1. Korman, E. A. Frazeologicheskie edinicy s animalisticheskim komponentom v ispanskom jazyke: funkcional'no-pragmaticeskij i kognitivnyj aspekty: dis. ... kand. filol. nauk. Rostov-na-Donu, 2007. 305 s.
2. Mizhaeva, M. O. Frazeologicheskie edinicy s animalisticheskim komponentom v kabardino-cherkesskom jazyke: dis. ... kand. filol. nauk. Cherkessk, 2003. 163 s.
3. Solnceva, N. V. Sopostavitel'nyj analiz zoonimov russkogo, francuzskogo i nemeckogo jazykov v jetnosemanticheskom aspekte: dis. ... kand. filol. nauk. Omsk, 2004. 220 s.
4. Shepilova, T. A. Francuzskie frazeologicheskie edinicy s komponentom-zoonimom : Semanticheskij, funkcional'no-stilisticheskij i kognitivnyj aspekty: dis. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 2001. 157 s.

5. Толковый словарь иностранных слов / под ред. Л. П. Крысина. М. : Рус. яз., 1998.
6. Толковый переводоведческий словарь. 3-е изд. М. : Флинта : Наука. 2003.
7. Большой психологический словарь / сост. Б. Мещеряков, В. Зинченко. М. : Олма-пресс. 2004.
8. Оликова, М. А. Обращение в современном английском языке. Львов : Вища шк. : ЛГУ, 1979. С. 54.
5. Tolkovyj slovar' inostrannyh slov / pod red. L. P. Krysina. M. : Rus. jaz., 1998.
6. Tolkovyj perevodovedcheskij slovar'. 3-e izd. M. : Flinta : Nauka. 2003.
7. Bol'shoj psihologicheskij slovar' / sost. B. Meshherjakov, V. Zinchenko. M. : Olma-press. 2004.
8. Olikova, M. A. Obrashhenie v sovremennom anglijskom jazyke. L'vov : Vishha shk. : LGU, 1979. S. 54.

ABSTRACTS

Aytkalieva A. S., Gulyaeva E. I. Word of art as a source of moral and spiritual education

At the article the role and place of belles-lettres are exposing in formation of moral and spiritual source by the example of creation of Kazakh poet and educator Abai Kunanbaev.

Keywords: spiritual human activities, morality, man's inner world, people-to-people relationships, fiction, high moral qualities of people, spiritually evolved person.

Arkhipova E. S. Implementation of communications strategies and tactics in advertising discourse (on the material of advertising texts hire)

This article is devoted to the investigation of communication strategies in advertising discourse, tactics of their realization. The most frequently used strategies and tactics in advertising discourse are defined and classified.

Keywords: advertisement, advertisement discourse, communicative strategy, communicative tactic, differentiation.

Atzhanova N. E., Chebotareva A. D. Inclusions with a value of «ar-Namys» as a tool of intercultural communication

At the article the role of inclusions is exposing during the process of realization of cross-cultural communication. The concrete words-actual cite as an example, denoting the national coloring.

Keywords: intercultural communication, blotches, spiritual culture, national way of life, fiction, bilingualism, language contacts.

Buryakova M. N., Philipenko V. The ways of translation of proper nouns of Kazakh people in English

This article is dedicated to the translation of Kazakh proper nouns in English. The difficulties of their translation are studied. During the work the systems of transliteration used in Kazakhstan were analyzed. The article can be useful for translators, guide-interpreters and for any other person who is interested in the problems of the translation of proper nouns.

Keywords: proper nouns, The Republic of Kazakhstan, excursion

Geiko N. R. Social and political text as the matter of translation

The socio-political text is considered from the viewpoint of translation. The lexical units, causing difficulties in translation, due to linguistic and extra-linguistic factors are shown on the material of contemporary Russian-language and English-language political texts.

Keywords: socio-political text, background knowledge, social and political translation, adequacy, informative function.

Kotlyarova T. Ya., Pupko K. Yu. Role of precedent phenomena in the understanding of literary text

The article explores key aspects of precedent phenomena functionality in literary texts and determines the role of recipient's background knowledge in the understanding of texts with intertextual inclusions.

Keywords: precedent phenomena, literary text, background knowledge, intertextuality.

Kussainova A. M., Kozina E. Features of representation at the concept memory in the works Herold Belger

The realization of the conceptual component of the concept memory in the works of Herold Belger is studied in the article.

Keywords: concept memory representation Herold Belger concept analyze image memory.

Kussainova A. M., Molodkina O. Conceptual component of the concept «fate» in the works of Kazakhstan writer-threelinguist Herold Belger

The article considers the main components of the concept "fate" in the Russian, Kazakh and German languages, which have been reflected in the works of Herold Belger.

Keywords: conceptual sphere, concept «fate», German mentality, predestination, fatum, prefix, conceptual component.

Morozova O. A. The ethic publicity as mean of the realization of intercultural communication in a town (by the example of multicultural Kostanay)

The attention to flu studying of bad known notion «ethnic publicity» in theory and practice of publicity is paid. The author tried to define the limits of the given concept on the linguistic material of multicultural town

Keywords: intercultural communications, ethnic publicity, nonequivalent lexic.

Radchuk O. A., Melnichuk Z. A. The concept «space» in poetic text

This article considers gender concept of space in the lyric. The world “space” is analyzed as a primary definition – the place. Materials for research were R. M. Rilke lyric poems.

Keywords: concept, space, the lyric poem, cognitive linguistics.

Savenkova O. A. The influence of social publicity of building up the valuable arrangements of individually

The results are summarized in the article of free associatable experiment on discovering it which is directed to studying of influence of social public language on linguistic consciousnesses. The notion “demotivator” is analyzed in the aspect of social publicity.

Keywords: social publicity, demotivator, free associatable experiment.

Shalgimbekova K. S., Chichenkova A. History of the ethnoses of Kazakhstan (on the example of Kostanai region) as a prerequisite for establishing a multi-ethnic society

This article is dedicated to the history of the formation of ethnic groups of Kostanay region that influences on the development of cultural and spiritual community of people. The information about the full description of the ethnic belonging, the quantitative composition, the language is given. The significance of the work of The House of Friendship that helps to preserve and develop languages, culture and traditions of the representatives of the regional ethnic groups is shown.

Keywords: Kostanay region, ethnic group, international relationships, language of communication, ethnicity belonging.

Sirivlya M. A., Kan V. A. Some problems of translation of literary texts

The language and cultural barriers occurred during the interpretation of the original text by the translator are studied in the article ‘Some peculiarities of the translation of belles-lettres’. The main problems of translation are the specificity of the translation of the stable expressions, puns, cultural differences. The main task of the translator is to solve such problems.

Keywords: translation, interpretation of the text, stable expressions, pun, language and cultural barriers.

Urazahaeva O. A. Zoonim-konfliktogens are in Russian and English languages

The article claims that the names of animals as address, in most cases are carrying a negative connotation and is perceived as konfliktogen.

Keywords: konfliktogen, zoonim, a negative connotation, address.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Айткалиева Алмагуль Салыковна – старший преподаватель кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
fakkfchelqu@mail.ru

Архипова Екатерина Сергеевна – студентка пятого курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
tatyana.kotlyarova@gmail.com

Атжанова Найля Ерденовна – старший преподаватель кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
fakkfchelqu@mail.ru

Бурякова Мария Николаевна – преподаватель кафедры филологии Костанайского филиала Челябинский государственный университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
Diezartheit@yandex.ru

Гейко Наталья Романовна – старший преподаватель кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
charmsmile2009@mail.ru

Гуляева Елена Игоревна – студентка третьего курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
Lady.qulyaeva.@bk.ru

Кан Виталий Афанасьевич – студент второго курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
slumber@list.ru, т. 8(714-2) 55-18-60

Козина Екатерина Валерьевна – студентка второго курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
ekaterinakozina@mail.ru

Котлярова Татьяна Яковлевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
tatyana.kotlyarova@gmail.com

Кусаинова Алма Мирхановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
alma997@mail.ru

Молодкина Ольга Анатольевна – студентка второго курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
olga.molodkina@mail.ru

Морозова Ольга Александровна – студентка второго курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
tomchita_girl@mail.ru

Мельничук Злата Анатольевна, студентка четвертого курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
zlata_1992@mail.ru

Пупко Кристина Юрьевна – студентка второго курса Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
Kristi_0894@mail.ru

Радчук Ольга Андреевна – преподаватель кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
olyaradchuk@mail.ru

Савенкова Ольга Александровна – студентка пятого курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
savenkova_olya@mail.ru

Сиривля Мадина Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
sima-all@yandex.ru, 8(714-2) 53-26-59

Уразахаева О. А. – студентка второго курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
E-mail: filfakkfchelgu@mail.ru

Филипенко Виолета – студентка второго курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
Diezartheit@yandex.ru

Чеботарева Анастасия Дмитриевна – студентка третьего курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
chebotareva.anastasia.@ mail.ru

Шалгимбекова К. С. – кандидат педагогических наук, доцент Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
kfchelgu@mail.ru

Чиченкова А. – студентка второго курса филологического факультета Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

110006, Республика Казахстан, Костанай, ул. Бородина 168 а.
kfchelgu@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Уважаемые коллеги!

В 2014 году каждый второй месяц, начиная с января, будет выходить очередная номер научного журнала «**Lingua-mobilis**», в структуру которого входят следующие разделы:

1. Язык художественной литературы
2. Языкознание
3. Язык средств массовой информации
4. Язык политики
5. Лингвистика и перевод
6. Методика преподавания языка и литературы

У журнала развиты международные контакты: мы сотрудничаем с учеными Албании, Болгарии, Белоруссии, Казахстана, Украины, США, Швейцарии.

В феврале 2008 года журналу “Lingua mobilis” был присвоен ISSN 1998-1546.

С июня 2008 г. электронная версия журнала “Lingua mobilis” доступна в РИНЦ (на сайте www.elibrary.ru).

Материалы для публикации принимаются до 15 числа каждого второго месяца, начиная с февраля 2014 года в электронном и печатном виде по адресу: 454084, г. Челябинск, пр. Победы 162-в, Лаборатория межкультурных коммуникаций. Или по e-mail: lingua-mobilis@rambler.ru. В заявке просим указать сведения об авторе: фамилию, имя, отчество (полностью), место работы, должность, ученую степень и звание, адрес с указанием индекса (для рассылки), телефон, e-mail. К заявке необходимо приложить аннотацию статьи на русском и английском языке (не более 500 знаков), а также ключевые слова.

Оплату за публикацию (100 р. за страницу) необходимо прислать сразу после получения подтверждения о принятии материалов к публикации; в письме будут указаны реквизиты для электронного перевода. Авторские экземпляры научного журнала «Lingua mobilis» рассылаются бесплатно.

Требования к оформлению:

– Материалы подаются в виде статей объемом от 4 до 20 стр. (в формате RTF, Times New Roman, кегль 14, через 1,5 инт., поля – 2 см).

– Ссылки на литературу даются внутри текста статьи в скобках: [1. С. 32] или в виде концевых примечаний.

– Описание использованных источников помещается после статьи под заголовком «Список литературы» в алфавитном порядке. С образцом оформления можно ознакомиться на сайте журнала: <http://linguamobilis.ucoz.ru/>.

Обязательное требование: после текста статьи указывается: «Статья публикуется впервые. Даю согласие на обработку персональных данных», дата отправки статьи в редакцию и сканированная подпись автора.

С уважением, редакция