

e-ISSN: 2658-5650

Министерство науки и высшего  
образования  
Российской Федерации

Российская академия наук

---

Институт научной информации  
по общественным наукам

# ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

**№ 1(8)**  
**2022**

МОСКВА  
2022

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки

Институт научной информации  
по общественным наукам РАН

Редакция:

Главный редактор:

*В.А. Пицальникова* – доктор филологических наук (Москва, Россия)

Заместитель главного редактора:

*Л.Р. Комалова* – доктор филологических наук (Москва, Россия)

Редакционная коллегия:

*Л.О. Бутакова* – доктор филологических наук (Омск, Россия);  
*Н.Н. Германова* – доктор филологических наук (Москва, Россия);  
*Е.Н. Гуц* – доктор филологических наук (Омск, Россия);  
*А.В. Кинцель* – кандидат филологических наук (Барнаул, Россия);  
*А.В. Кирилина* – доктор филологических наук (Москва, Россия);  
*Дж. Кич-Дргас* (Познань, Польша);  
*Е.Ф. Косиченко* – доктор филологических наук (Москва, Россия);  
*В.В. Красных* – доктор филологических наук (Москва, Россия);  
*Н.Ф. Крюкова* – доктор филологических наук (Тверь, Россия);  
*Е.В. Лукашевич* – доктор филологических наук (Барнаул, Россия);  
*А.Б. Михалёв* – доктор филологических наук (Пятигорск, Россия);  
*Е.Ю. Мягкова* – доктор филологических наук (Тверь, Россия);  
*В.А. Попова* – доктор филологии (Шумен, Болгария);  
*Д.Д. Попов* – доктор филологии (Шумен, Болгария);  
*А.Г. Сонин* – доктор филологических наук (Москва, Россия);  
*Д.Д. Трегубова* – кандидат исторических наук (Москва, Россия);  
*Н.Н. Трошина* – кандидат филологических наук (Москва, Россия);  
*С.А. Чугунова* – доктор филологических наук (Брянск, Россия);  
*Э.Б. Яковлева* – доктор филологических наук (Москва, Россия);  
*К. Янь* – кандидат филологических наук (Гуанчжоу, Китай).

Ответственный секретарь:

*К.С. Карданова-Бирюкова* – кандидат филологических наук (Москва, Россия)

DOI: 10.31249/epi/2022.01.00

© ФГБУН «Институт научной информации  
по общественным наукам РАН», 2022

e-ISSN: 2658-5650

Ministry  
of Science and Higher Education  
of the Russian Federation

Russian Academy  
of Sciences

---

Institute of Scientific Information  
for Social Sciences

# **ETHNOPSYCHOLINGUISTICS**

SCHOLARLY JOURNAL

**№ 1(8)**  
**2022**

MOSCOW  
2022

Founder:  
Federal State Budgetary Institution of Science  
Institute of Scientific Information for Social Sciences  
of the Russian Academy of Sciences

Editorials:

Editor-in-chief:

*Vera Pishchalnikova* – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia)

Deputy editor-in-chief:

*Liliya Komalova* – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia)

Editorial board:

*Larisa Butakova* – Doctor of Science in Philology (Omsk, Russia);  
*Nataliya Germanova* – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);  
*Elena Guts* – Doctor of Science in Philology (Omsk, Russia);  
*Alyona Kintsel* – PhD in Philology (Barnaul, Russia);  
*Alla Kirilina* – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);  
*Joanna Kic-Drgas* (Poznan, Poland);  
*Elena Kosichenko* – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);  
*Viktoriya Krasnykh* – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);  
*Natalia Kryukova* – Doctor of Science in Philology (Tver, Russia);  
*Elena Lukashevich* – Doctor of Science in Philology (Barnaul, Russia);  
*Andrey Mikhalev* – Doctor of Science in Philology (Pyatigorsk, Russia);  
*Elena Myagkova* – Doctor of Science in Philology (Tver, Russia);  
*Velka Popova* – PhD in Philology (Shumen, Bulgaria);  
*Dimitar Popov* – PhD in Philology (Shumen, Bulgaria);  
*Alexandr Sonin* – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);  
*Dinara Tregubova* – PhD in History (Moscow, Russia);  
*Natalia Troshina* – PhD in Philology (Moscow, Russia);  
*Svetlana Chugunova* – Doctor of Science in Philology (Bryansk, Russia);  
*Emma Yakovleva* – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);  
*Kai Yan* – PhD in Philology (Guangzhou, China).

Executive secretary:

*Kseniya Kardanova-Biryukova* – PhD in Philology (Moscow, Russia)

DOI: 10.31249/epl/2022.01.00

© FSBIS «Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences», 2022

## **Содержание**

<i>Косиченко Е.Ф.</i> Тематический юмор в аспекте понимания и перевода (на материале англоязычных армейских шуток) .....	7
<i>Голубева О.В.</i> Переводческая деятельность как способ познания мира .....	21
<i>Масленникова Е.М.</i> Читательская проекция текста как его интерпретация: «живое знание» и внутренний контекст .....	35
<i>Раренко М.Б.</i> Перевод как инструмент познания «другого» .....	50
<i>Романтовский А.В.</i> Современные коммуникативно-познавательные потребности русскоязычных интернет-пользователей по данным поисковых запросов .....	60
<i>Северина Е.А.</i> Воплощение базовой ценности «семья» средствами массовой информации в современной Германии .....	72

## Contents

<i>Kosichenko E.F.</i> Thematic humour in terms of understanding and translation (analysis of English army jokes) .....	7
<i>Golubeva O.V.</i> Translation as a means to form a worldview .....	21
<i>Maslennikova E.M.</i> Readers' text projection as its interpretation: «living knowledge» and internal context .....	35
<i>Rarenko M.B.</i> Translation as an instrument to study «another» .....	50
<i>Romantovskiy A.V.</i> Modern communicative and cognitive needs of Russian-speaking Internet users according to search queries .....	60
<i>Severina E.A.</i> The embodiment of the basic value «family» by the media in modern Germany .....	72

**Косиченко Е.Ф.**

**Тематический юмор в аспекте понимания и перевода  
(на материале англоязычных армейских шуток)\***

*Национальный исследовательский университет «МЭИ»,  
Россия, Москва, ekosichenko@gmail.com*

*Аннотация.* В статье речь идет о том, что национально-этнический компонент юмора незначительно проявляется в шутках на профессиональные темы, и основную трудность при их восприятии представляют омонимы и многозначные слова, вызывающие двусмысличество и запускающие основной механизм юморизации – логическое несоответствие. Материалом исследования послужили короткие истории из армейской жизни на английском языке, которые рассматриваются как тематический жанр. Переводческий комментарий описан как наиболее эффективный способ элиминирования лакун.

*Ключевые слова:* юмористические жанры; тематическая шутка; двусмысличество; логическое несоответствие; механизмы юморизации; переводческий комментарий.

Поступила: 19.07.2022

Принята к печати: 16.08.2022

---

\* © Косиченко Е.Ф., 2022

**Kosichenko E.F.**

**Thematic humour in terms of understanding and translation  
(analysis of English army jokes)\***

*National Research University «MPEI»,  
Russia, Moscow, ekosichenko@gmail.com*

*Abstract.* The paper considers different aspects of thematic humour and argues that professional jokes do not reveal many cultural distinctions with the hardest understanding challenge being homonyms and polysemantic words that cause ambiguity and lead to incongruity – the main mechanism of humour generation. Central to the research are English military jokes that are viewed as a thematic genre. Translation commentaries are considered an effective tool to eliminate lacunaes.

*Keywords:* humour genres; thematic anecdote; ambiguity; incongruity; mechanisms of humour; translation commentary.

Received: 19.07.2022

Accepted: 16.08.2022

## **Введение**

Юмор, смешное, комическое и другие смежные понятия являются предметом философского рассмотрения на протяжении нескольких тысяч лет, и первый из дошедших до нашего времени философских трудов, посвященных феномену смешного, принадлежит Аристотелю. Поскольку чувство юмора является исключительной прерогативой человека как биологического вида, способностью, имеющей непосредственное отношение к умению создавать символические системы, смешное щыщ ыфзшутскр представляет научный интерес как для наук, занимающихся вопросами человека и общества (биологии, психологии, социологии), так и для наук, исследующих семиотическую природу смешного (семиотики, символической антропологии, культурологии, лингвистики). Действительно, социальную и психологическую значимость юмора невозможно переоценить, и именно способность продуцировать и распознавать смешное (чувство юмора) позволяет человеку адапти-

---

\* © Kosichenko E.F., 2022

роваться к своей культуре, налаживать социальные контакты, а также преодолевать когнитивный диссонанс, вызванный столкновением с другими культурами, что имеет важное значение, прежде всего для переводческой деятельности. Парадоксальным образом юмор часто препятствует социальному и межличностному взаимодействию, особенно в условиях межкультурной коммуникации, однако умение человека адекватно реагировать на проявления «чужого» не в последнюю очередь формируется и развивается благодаря чувству юмора.

Несмотря на то, что лингвокультурные характеристики юмора достаточно хорошо изучены на разном языковом материале [Карасик, 2001; Миловская, 2011; Романова, 2014; Хрущева, 2009; Вержинская, 2012], нам не удалось найти научных публикаций, в которых бы рассматривались культурные особенности юмора на профессиональные темы, в том числе в аспекте перевода. В связи с этим мы решили обратиться к сборнику коротких юмористических рассказов «Out of step» под редакцией Г.А. Судзиловского [Судзиловский, 1979] и проанализировать представленные в нем шутки, основанные на некоторой ситуации из армейской жизни с целью показать: 1) что армейский юмор не обладает ярко выраженной культурной спецификой; 2) что армейские шутки возможно рассматривать как тематический жанр; 3) что наиболее эффективным способом элиминирования лакун при взаимодействии с текстами данного жанра является переводческий комментарий.

## История изучения смешного

Как отмечалось во введении, попытки описать природу юмора предпринимались еще Аристотелем, который рассматривал смешное как нечто искаженное и безобразное, однако не причиняющее страданий и потому в целом полезное, особо подчеркивая различия между простым шутовством и иронией как категорией значительно более пригодной для свободного человека [Аристотель, 2017]. Однако уже Цицерон, рассуждая о трудностях ораторского искусства, отмечал важность юмора как необходимого условия подлинного красноречия, отдавая остроумию первенство среди прочих талантов и полагая, что только за остроумием должны следовать «образование, достойное свободного человека, быстрота и краткость как в отражении, так и в нападении, проникнутые тонким изяществом и благовоспитанностью» [Цицерон, 1972, с. 5].

На протяжении последующих столетий отношение к смеху менялось, и в эпоху Ренессанса смешному приписывалась возрождающая роль, но уже в XVII–XVIII вв. уместным считался только серьезный тон, смех же был допустим исключительно в низких жанрах [Бахтин, 1990, с. 78–79].

В XIX в. отношение к смеху снова изменилось, стало признаваться его положительное влияние на здоровье человека, вызванное эмоциональной разрядкой. В одном из своих научных трактатов И. Кант даже приводит несколько анекдотов своего времени, например об индийце, наблюдавшем как англичанин откупоривает бутылку эля и проявившем крайнюю степень удивления при виде пены, выходившей из бутылки. На вопрос англичанина о причинах такой неожиданной эмоциональной реакции индиец ответил, что его удивляет не то, что пена выходит из бутылки, а то, как англичанину удалось загнать ее в емкость. По мнению И. Канта, данная ситуация вызывает смех, поскольку слушающий чувствует себя умнее индийца и испытывает от этого определенное удовольствие [Kant, 1987, р. 207].

В плане изучения механизмов юморизации важное место принадлежит теории английского философа и социолога Г. Спенсера, выделившего в качестве факторов, определяющих возникновение смеха, несоответствие сообщаемого ситуации и чувство удовольствия, переживаемое человеком от осознания своего пре-восходства там, где другие попали в невыгодное для себя положение [Спенсер, 1999]. Теория Г. Спенсера о логической несовместимости как механизме юморизации получила развитие в работе А. Шопенгауэра «Мир как воля и представление», которая содержит размышления автора о том, что именно обнаружение несоответствия результата ожиданиям, именуемого им абсурдностью ситуации, вызывает смех [Шопенгауэр, 1999].

В XX в. важную роль в изучении юмора сыграли исследования З. Фрейда в области психоанализа. Полагая, что юмор способствует избавлению пациентов от эмоциональных переживаний, З. Фрейд проанализировал большое число шуток и анекдотов и пришел к выводу о том, что шутка представляет собой особую форму смешного, которая, в отличие от других форм комического, занимает промежуточное положение между бессознательным, отвечающим за удовольствие, и предсознательным, где происходит распознавание языковых значений и устанавливаются логические несоответствия между ними, вызывающие смех, тем самым определил главенствующую роль языка в производстве комиче-

ского эффекта. В частности, З. Фрейд писал, что если выбранные языковые средства заменить на другие, шутка попросту не состоится. Таким образом, шутка, с точки зрения З. Фрейда, это прежде всего форма, где особое место отводится многозначным и однокоренным словам, способным создавать эффект двусмыслинности и таким образом генерировать юмор. На примере сочетания слов **holyday** и **alcohol**, слов **anecdote** и **dotage** и др. З. Фрейд показал, как именно запускается механизм создания комического эффекта [Freud, 1905, с. 8–12].

Таким образом, уже в начале прошлого столетия было понятно, что все смешное основано на эффекте несоответствия (абсурдности, по А. Шопенгауэру), и что в вербальных видах смешного (шутках, анекдотах, остротах) в качестве механизма, порождающего алогизмы, часто используются вызывающие двусмыслинность омонимичные и многозначные слова. Исследования XX–XXI вв. развили и дополнили более ранние теории (подробнее см.: [Mihalcea, 2007]) также работами, рассматривающими национально-культурные аспекты юмора, в результате чего основная часть современных лингвистов сходятся на идее о его лингвокультурной природе.

## Принципы отбора и анализа текстового материала

Характерные для отечественной лингвистики подходы к исследованию речевых жанров, включая юмористические, были заложены в трудах русских филологов М.М. Бахтина, Ю.Н. Тынянова, Б.В. Томашевского, понимавших жанр как форму, как тип текста, обладающий определенным набором структурных и языковых признаков. Несмотря на относительную стабильность дистинктивных признаков, большинство жанров обнаруживают ту или иную степень динамики как результата их способности адаптировать признаки других жанров и, таким образом, либо видоизменяться, либо способствовать формированию новых форм. Так, жанр комедии, существовавший еще в Античности, в XVIII в. распался на «чистую» комедию и «слезную» комедию, которая впоследствии получила название драмы; такие жанры, как баллады, видения, сказания и многие другие вовсе исчезли, уступив место более современным типам текста.

Однако не все жанры демонстрируют заметную динамику, и к речевым произведениям, не претерпевшим за долгое время серьезных модификаций, относятся, в частности, ритуальные речи, тосты, изви-

нения, сплетни, а также некоторые юмористические жанры, например шутки [Архипова, 2004; Шурина, 1997; Jamieson, Campbell, 1992; Gregersen, 2015]. В отличие от шутки как малого ситуативного речевого жанра, анекдот, представляющий собой повествовательный жанр и существующий в речевой (фольклорной) или в литературно обработанной форме короткого рассказа о незначительном произшествии из жизни некоторого лица, претерпел существенные изменения за свою историю [Бирюков, 2015; Шмелева, Шмелев, 2005]. При подготовке данной статьи к анализу привлекались как шутки, так и анекдоты, однако в качестве иллюстративного материала приводятся только шутки как более короткие юмористические формы.

При обсуждении разных аспектов юмора невозможно избежать вопроса, касающегося его национально-культурной специфики. Разделяя общепринятую идею о культурной маркированности речевых и литературных жанров, мы в целом соглашаемся с мнением, что наиболее явно культура проявляется именно в юмористических жанрах, где отражена ценностная картина мира народа [Карасик, 2001; Пинский, 1987]. Вместе с тем в научной литературе отмечается, что в юмористических историях часто представлены темы, которые обладают известной долей универсальности, о чем пишет, в частности, Дж.М. Дейвис, приводя в качестве примера такие темы, как секс, политическая сатира, человеческая глупость, шутки про тещу и подобное [Davis, 2013]. Приведенный перечень тем можно, на наш взгляд, расширить за счет юмористических текстов на армейскую тематику: при работе с материалом нами было проанализировано 250 текстов, и на их основе, на основе переводческих комментариев, а также нашего многолетнего опыта преподавания английского языка, выдвинуто предположение, что понимание армейского юмора по большей части зависит от уровня владения иностранным языком, а не от объема фоновых знаний. Уточним, что, по нашим оценкам, из 99 комментариев к упомянутым 250 текстам только пять комментариев связаны с разъяснением значений отдельных культурных реалий, остальные комментарии объясняют игру слов, использование просторечной лексики, либо дают перевод идиоматических и устойчивых выражений, в том числе таких, как *We aren't on speaking terms / Мы не разговариваем* // *Fork out your bucks / Гони монету* и т.д. Основываясь на данных наблюдениях, выскажем предположение, что культурная информация не имеет решающего значения для понимания тематических шуток, уступая место двусмысленности как явлению наиболее сложному для восприятия.

Для иллюстрации сказанного приведем шутку под названием «*Also flying*», понимание которой может лишь отчасти быть затруднено содержащейся в ней отсылкой к культурному знанию о том, что *Old Glory* является прозвищем американского государственного флага. Значение данной культурной реалии не имеет непосредственного отношения к созданию комического эффекта, и вместо названия американского флага могло быть использовано прозвище любого другого флага, например британского *the Union Jack*. Гораздо важнее, что механизмом юморизации в данном тексте выступает двусмысленность, основанная на использовании в одном контексте прямого и переносного значений английского глагола *fly*. Шутка состоит в том, что для проверки уровня интеллекта призывника работник призывной комиссии задал ему вопрос о значении названия *Old Glory*. Поскольку призывник не знал ответа на поставленный вопрос, член призывной комиссии решил ему помочь и сказал, что это то, что *вьется* (от глагола *fly* ‘летать’, ‘реять’, ‘разеваться’) над зданием, и молодой человек ответил, что это голуби:

*A volunteer was questioned at the recruiting centre to see his IQ.*

«*What's Old Glory?*» «*I don't know*». «*What is that you see flying over the house?*» «*Oh, yes, pigeons*» [Судзиловский, 1979, с. 14].

В продолжение ранее затронутого вопроса о несоответствии (абсурдности) как механизме порождения смешного, высажем мнение, что данный механизм приводится в действие разными средствами: лингвостилистическими (использование многозначных и омонимичных слов, вызывающих двусмысленность), паралингвистическими (неадекватное использование мимики, жестов), интертекстуальными (сочетание несвязанных между собой текстов), когнитивными (фокусирование, связанное с преувеличением некоторого качества объекта, также алогизмы, вызывающие когнитивный диссонанс). В большинстве проанализированных нами текстов основным механизмом юморизации выступают алогизмы, т.е. высказывания, нарушающие законы логики, как, например, в следующей шутке под названием «*Rich choice*» / Богатый выбор, где армейский повар объявил наличие богатого выбора блюд, таких как *бобы, бобы и бобы и бобы*: *An Army cook announced: «We have a menu with a rich choice in our mess»*. «*What is it?*» asked one of the listeners. «*It's beans, beans or beans and beans*» [Судзиловский, 1979, с. 44].

В шутке «*Not always*» / Не всегда речь идет о докторе и призывнике, который страдал заиканием и на вопрос доктора о том, всегда ли он заикается, ответил, что только когда говорит: *A young*

*boy was examined for admission into an officers' school. «Now tell me, do you always stutter like this?» asked the doctor. «N-n-n-o, d-d-d-doc. J-j-j-just when I t-t-t-talk»* [Судзиловский, 1979, с. 35].

При работе с текстами нам также встретилось несколько шуток, юмор которых основан на интертекстуальности, т.е. связи данной конкретной истории с другими текстами, например с текстом Библии. История «Right place» / Подходящее место повествует о сержанте Брауне, который любил рассказывать рядовым о своих снах, и о солдате, который в ответ на скучную историю сержанта о сне, в котором он умер, спросил, не жара ли его разбудила:

*Sergeant Brown was fond of telling his soldiers about his dreams.*

*«I went to bed last night and dreamt I died». «And the heat woke you up?» a bored listener inquired* [Судзиловский, 1979, с. 13].

В этой короткой истории юмор основан на общеизвестном знании о том, что все грешники попадают в ад. Несмотря на универсальность данного знания, в конце сборника даны и перевод, и переводческий комментарий: «И вас жара разбудила?» (намек на то, что грешников в ад поджигают) [Судзиловский, 1979, с. 300].

Можно предположить, что необходимость данного комментария была обусловлена политически, а именно тем, что в год выхода сборника (1979) в России проповедовался атеизм.

В целом все рассмотренные выше шутки, как и многие другие, вполне доступны для понимания русскоязычного читателя, владеющего английским языком на среднем уровне и не требуют специальных разъяснений или переводческих комментариев. Ниже нас будут интересовать шутки, в которых достижение юмористического эффекта обеспечивается механизмом двусмысленности, основанным на использовании омонимов или полисемантических слов, а также переводческие решения, направленные на обеспечение понимания данных шуток читателем.

### **Дискуссия: двуисмысленность как основной механизм юморизации в армейских шутках и анекдотах**

В качестве примеров универсальности армейского юмора как тематического жанра, помимо рассмотренных выше, нами были отобраны еще три короткие истории, в которых механизм логиче-

ского несоответствия запускается омонимичными и полисемантическими словами. Уточним, что, поскольку в этой части статьи речь пойдет исключительно о лингвостилистических средствах юморизации, то мы будем придерживаться не более широкого понятия логического несоответствия, а используемого в лингвистике термина «дву смысленность».

В качестве первого примера приведем шутку, озаглавленную как «Secret of attention» / «Секрет внимательности» и рассказывающую об армейском инструкторе, который любил поговорить и похвастаться тем, что на его занятиях слушатели сидят как приклеенные. Приятель инструктора моментально отреагировал на слово *приклеенный* фразой *Неудивительно, что они не встают со своих мест*: *An instructor who was fond of lengthy discussions at his classes boasted about his attentive listeners: «Yes, they are always glued to their seats»*. «No wonder», his friend commented, «that they keep in their places» [Судзиловский, 1979, с. 12].

Механизмом юморизации в данном примере выступает двусмысленность, основанная на использовании прямого и переносного значений английского слова *glued* ‘приклеенный’. Тот факт, что в русском языке слово *приклеенный* также имеет несколько значений, распознавание юмора не представляет для русскоязычного читателя видимых трудностей, в связи с чем комментарий к данной шутке отсутствует.

Рассмотрим два примера, демонстрирующих удачный и неудачный переводческий комментарий. В качестве первого примера обратимся к шутке «Inferiority complex» / «Комплекс неполноценности», основанной на двусмысленности английского прилагательного *inferior* ‘нижний’, ‘низкий’, ‘худший’, ‘неполноценный’, ‘второсортный’ и его производного *inferiority* ‘неполноценность’, ‘ущербность’, ‘более низкое качество’, ‘более низкое положение’. В английском языке оба слова являются профессионализмами, указывающими на более низкое военное звание военнослужащего. Суть рассматриваемой истории заключается в том, что, когда рядовой Мильтон пришел на прием к психиатру и пожаловался ему на свой *комплекс неполноценности*, доктор ответил, что у рядовых не может быть комплексов неполноценности, поскольку они по определению являются *низшими чинами*: *Private Milton went to psychiatrist and complained: «I have an inferiority complex»*. «*Nothing I can do for you*», said the doc. «*in the Army privates don't have an inferiority complex... they are just inferior...*» [Судзиловский, 1979, с. 7].

Данная шутка сопровождается сноской, содержащей не комментарий, а перевод: У рядовых не может быть комплекса неполноценности ... они просто неполноценны сами по себе [Судзиловский, 1979, с. 300].

На наш взгляд, решение составителей сборника дать вместо комментария к шутке «Inferiority complex» ее перевод не способствует пониманию юмора, поскольку в данном случае перевод не передает двусмысленность, основанную на использовании разных значений слов *inferiority* и *inferior*.

В шутке «Does not apply to sergeants» / «Это не относится к сержантам» речь идет о рядовом, который спросил сержанта, правда ли, что *человек* (англ. *man*) произошел от обезьяны, и сержант ответил, что *рядовые* (англ. *man*), возможно, и произошли от обезьяны, но сержанты однозначно нет: *A soldier asked his sergeant: "Is it right that men descend from apes?" "Men, may be", explained the sergeant. "But sergeants definitely don't"* [Судзиловский, 1979, с. 46].

Как и в предыдущем примере, в данном случае юмор основан на двусмысленности, вызванной использованием в одном контексте разных значений английского слова *man*. В отличие от предыдущего примера, в сносках к этой шутке переводчик принимает решение указать на данный факт («...игра слов: **man** человек и рядовой, солдат» [Судзиловский, 1979, с. 303]), что, на наш взгляд, позволяет достаточно точно передать суть всей истории.

Проанализированные в рамках изучаемой темы примеры дают основание предполагать, что армейский юмор представляет собой самостоятельный тематический жанр, объединяющий тексты, отличные по формальным признакам, но объединенные единой темой и выполняющие развлекательную функцию, которая приводится в действие механизмом логического несоответствия. В связи с тем, что армия является социальным институтом, для которого, независимо от культуры, в высшей степени характерны иерархичность, организованность, необходимость выполнять приказы и основной функцией которого является защита интересов государства, национально-культурные особенности каждой отдельной армии в значительно меньшей степени влияют на менталитет людей, принадлежащих к этому институту, нежели единые для разных культур характеристики. Возможно, именно поэтому армейский юмор характеризуется высокой степенью универсальности и может быть классифицирован как самостоятельный тематический жанр.

## **Заключение**

Решение рассмотреть армейские шутки как самостоятельный жанр комического было продиктовано нашими наблюдениями над тем, что в англоязычных шутках и анекдотах на военную тематику юморизации подлежат не столько особенности быта некоторого этноса или культурные реалии (например, любовь англичан к животным и спорту, разговоры о погоде, лондонский туман, пятичасовое чаепитие, овсянка на завтрак, эксцентричность и т.д.), сколько такие узнаваемые черты армейской жизни, как рутинность и жесткая субординация, свойственные разным культурам. Проведенный анализ показал, что в конечном счете объектом юморизации в шутках на военную тему выступает прямолинейность мышления, характерная для военнослужащих как представителей соответствующего социального института. Подчеркнем, что речь идет не о характере мышления конкретных людей, а о специфике профессии, формирующей определенное мировосприятие.

В целом проведенное исследование дает основания предположить, что основной функцией тематического юмора разных жанров, в частности шуток на определенную тему, является урегулирование отношений между обществом и некоторым социальным институтом. В связи с этим перспективным представляется дискурсивное исследование тематических шуток на другие темы, например медицинскую или педагогическую, которое, возможно, покажет, что объектом юморизации в них являются наиболее уязвимые аспекты соответствующего социального института, и что основной функцией тематического юмора является сглаживание проявлений негативного отношения в обществе к этим институтам.

## **Список литературы**

- Аристотель. Риторика. – Москва : АСТ, 2017. – 216 с.
- Архипова А.С. Анекдот и его прототип: генезис текста и формирование жанра : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2004. – 21 с.
- Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. – 2-е изд. – Москва : Художественная литература, 1990. – 543 с. – URL: [https://imwerden.de/pdf/bakhtin\\_rable\\_1990.pdf](https://imwerden.de/pdf/bakhtin_rable_1990.pdf) (дата обращения 10.07.2022).
- Бирюков Н.Г. Анекдот как особый жанр художественной литературы: диахронический аспект // Национальная ассоциация ученых. – Екатеринбург, 2015. – № 2/7(7). – С. 12–16.

- Вержинская И.В.* Лингвокультурологический анализ британской и американской юмористической фэнтези : на материале произведений Т. Пратчетта и Ш. Теппер : дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2012. – 174 с.
- Карасик А.В.* Лингвокультурные характеристики английского юмора: дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2001. – 193 с.
- Миловская Н.Д.* Немецкий языковой бытовой анекдот как специфический тип юмористического дискурса: дис. ... доктора филол. наук. – Иваново, 2011. – 366 с.
- Пинский Л.И.* Юмор // Литературный энциклопедический словарь. – Москва, 1987. – С. 521–522.
- Романова Е.В.* Немецкий юмор: лингвистический и культурологический аспекты // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 7, ч. 1. – С. 168–172.
- Спенсер Г.* Опыты научные, политические и философские. – Минск : Современный литератор, 1999. – 1408 с.
- Судзиловский Г.А.* Out of step. Книга для чтения на английском языке. Вып. 19. Не в ногу. – Москва : Воениздат, 1979. – 343 с.
- Хрущева Е.А.* Национально-культурная основа анекдота: сопоставительный анализ английского, французского и русского языков : дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2009. – 177 с.
- Цицерон М.Т.* Об ораторе // Трактаты об ораторском искусстве / под ред. М.Л. Гаспарова. – Москва : Наука, 1972. – URL: <http://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1423777001> (дата обращения 10.07. 2022).
- Шмелева Е.А., Шмелев А.Д.* Русский анекдот в двадцать первом веке: трансформации речевого жанра // Жанры речи. – 2005. – № 4. – С. 292–298.
- Шопенгаузер А.* Полное собрание сочинений. – Москва : Республика, 1999. – Т. I. – 496 с.
- Шурина Ю.В.* Шутка как речевой жанр : дис. ... канд. филол. наук. – Красноярск, 1997. – 155 с.
- Davis J.M.* Humour and its cultural context: introduction and overview // Humour in Chinese life and culture: resistance and control in modern times. – Hong Kong, 2013. – P. 1–22. – DOI: 10.5790/hongkong/978988139231.003.0001
- Freud S.* Jokes and their relation to the unconscious (Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten). – New York : Penguin, 1905. – URL: <https://www.sigmundfreud.net/jokes-and-their-relation-to-the-unconscious-pdf-ebook.jsp> (дата обращения 10.07. 2022).
- Gregersen F.* Genre in everyday conversation // Copenhagen studies in genre. – 2015. – Vol. 2 : Genre and ... – S. 56–99.
- Jamieson K.H., Campbel K.K.* The interplay of influence: news, advertising, politics, and the mass media. – Belmont : Wadsworth Publishing, 1992. – 408 p.
- Kant I.* Critique of judgment. – Indianapolis ; Cambridge : Hackett Publishing Company, 1987. – 576 p. – URL: [https://monoskop.org/images/7/77/Kant\\_Immanuel\\_Critique\\_of\\_Judgment\\_1987.pdf](https://monoskop.org/images/7/77/Kant_Immanuel_Critique_of_Judgment_1987.pdf) (дата обращения 10.07. 2022).
- Mihalcea R.* The multidisciplinary facets of research on humour // Applications of Fuzzy Sets Theory. – Springer, 2007. – URL: [https://www.academia.edu/1305138/The\\_multidisciplinary\\_facets\\_of\\_research\\_on\\_humour](https://www.academia.edu/1305138/The_multidisciplinary_facets_of_research_on_humour) (дата обращения 10.07.2022).

## References<sup>1</sup>

- Aristotle (2017). *Ritorika* [Rhetoric]. AST.
- Arhipova, E.M. (2004). Tost kak pervichnyj rechevoj zhanr v sovremennoj koncepcii nauchnogo znaniya. Nauchnaya mys'l Kavkaza [Toast as the primary speech genre in the modern concept of scientific knowledge]. *Scientific Thought of the Caucasus*, 3, 151–155.
- Bahtin, M.M. (1965). *Tvorchestvo Fransa Rable i narodnaya kul'tura Srednevekov'ya i Renessansa* [Rabelais and the folk culture of the Middle Ages and Renaissance]. Moscow. Retrieved from: [https://imwerden.de/pdf/bakhtin\\_rable\\_1990.pdf](https://imwerden.de/pdf/bakhtin_rable_1990.pdf)
- Biryukov, N.G. (2015). Anekdot kak osobyj zhanr hudozhestvennoj literatury: diachronicheskij aspekt. *Nacional'naya associaciya uchenyh*. Ekaterinburg, 2–7(7), 12–16.
- Verzhinskaya, I.V. (2012). *Lingvokul'turologicheskij analiz britanskoj i amerikanskoj humoristicheskoj fentezi: na materiale proizvedenij T. Pratchetta i Sh. Tepper*. (Unpublished dissertation). Chelyabinsk.
- Karasik, A.V. (2001). *Lingvokul'turnye harakteristiki anglijskogo yumora*. (Unpublished dissertation). Volgograd.
- Milovskaya, N.D. (2001). *Nemeckij yazykovoj bytovoj anekdot kak specificheskij tip humoristicheskogo diskursa*. (Unpublished dissertation). Ivanovo.
- Pinskij, L.I. (1987). Yumor. In: *Literaturnyj enciklopedicheskij slovar'* (pp. 521–522). Moscow.
- Romanova, E.V. (2014). Nemeckij humor: lingvisticheskij i kul'turologicheskij aspekty. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 7-1, 168–172.
- Spenser, G. (1999). Operty nauchnye, politicheskie i filosofskie. *Sovremen. literator*. Retrieved from: <http://lib.ru/FILOSOF/SPENSER/spenser3.txt>
- Sudzilovskij, G.A. (1979). *Out of step. Kniga dlya chteniya na anglijskom yazyke. Vyp. 19. Ne v nogu*. Moscow: Voenizdat.
- Hrushcheva, E.A. (2009). *Nacional'no-kul'turnaya osnova anekdota: sopostavitel'nyj analiz anglijskogo, francuzskogo i russkogo yazykov*. (Unpublished dissertation). Moscow.
- Ciceron, M.T. (1972). Ob oratore. In: *Tri traktata ob oratorskom iskusstve*. Moscow: Nauka. Retrieved from: <http://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1423777001>
- Shmeleva, E.A., Shmelev, A.D. (2005). Russkij anekdot v dvadcat' pervom veke: transformacii rechevogo zhanra. *Zhanry rechi*, 4, 292–298.
- Shopengauer, A. (1999). *Polnoe sobranie soчинений. Volume I*. Moscow: Respublika.
- Shchurina, Yu.V. (1997). Shutka kak rechevoj zhanr. (Unpublished dissertation). Krasnoyarsk.
- Davis, J.M. (2013). Humour and its cultural context: introduction and overview. *Humour in Chinese life and culture: resistance and control in modern times* (pp. 1–22). Hong Kong. DOI: 10.5790/hongkong/9789888139231.003.0001
- Freud, S. (1905). *Jokes and their relation to the unconscious (Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten)*. New York: Penguin. Retrieved from: <https://www.sigmundfreud.net/jokes-and-their-relation-to-the-unconscious-pdf-ebook.jsp>

<sup>1</sup> Здесь и далее источники в разделе References оформлены в стиле APA 6<sup>th</sup> edition.

- Gregersen, F. (2015). Genre in everyday conversation. In: S. Auken, P.S. Lauridsen, A.J. Rasmussen (eds.) *Copenhagen Studies in Genre* (pp. 56–99). Vol. 2: Genre and ...
- Jamieson, K.H., Campbell, K.K. (1992). *The interplay of influence: news, advertising, politics, and the mass media*. Belmont: Wadsworth.
- Kant, I. (1987). *Critique of judgment*. Indianapolis; Cambridge: Hackett Publishing Company. Retrieved from: [https://monoskop.org/images/7/77/Kant\\_Immanuel\\_Critique\\_of\\_Judgment\\_1987.pdf](https://monoskop.org/images/7/77/Kant_Immanuel_Critique_of_Judgment_1987.pdf)
- Mihalcea, R. (2007). The multidisciplinary facets of research on humour. *Applications of Fuzzy Sets Theory*. Springer. Retrieved from: [https://www.academia.edu/1305138/The\\_multidisciplinary\\_facets\\_of\\_research\\_on\\_humour](https://www.academia.edu/1305138/The_multidisciplinary_facets_of_research_on_humour)

**Голубева О.В.**

**Переводческая деятельность как способ познания мира<sup>\*</sup>**

*Московский государственный лингвистический университет,  
Россия, Москва, 2016golubeva@mail.ru*

*Аннотация.* В статье изучаются когнитивные основы переводческой деятельности как динамического, профессионально-ориентированного и вместе с тем познавательного процесса в контексте естественной («жизненной») коммуникации. Итогом этой деятельности является вторичный текст перевода, отражающий своеобразие мыслительных процессов при решении переводческой задачи, выбора языковых средств их экспликации индивидом, а также объективную универсальность когнитивных процессов и разделяемость языковых норм их репрезентации. Результативность процесса перевода обеспечивает накопление соответствующего опыта, структурированного в виде смысловых опор, или когнитивных схем оперирования знанием об объекте, составляющих имплицитный компонент динамической структуры значения (в его психолингвистической трактовке). Влияние языковых и неязыковых факторов, способствующих возникновению смысловой неопределенности, опосредует разную степень проявления «я» переводчика в динамике преодоления трудностей. Профессионализм при решении переводческих проблем обусловлен накопленным опытом и знаниями, позволяющими выработать не только способ поиска адекватного варианта, но и оптимальные пути познавательной деятельности в целом.

*Ключевые слова:* динамический процесс; смысловая неопределенность; имплицитная смысловая опора.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

---

<sup>\*</sup> © Голубева О.В., 2022

**Golubeva O.V.**  
**Translation as a means to form a worldview\***

*Moscow State Linguistic University,  
Russia, Moscow, 2016golubeva@mail.ru*

*Abstract.* The paper studies the cognitive foundations of translation, which is considered as a dynamic, professionally oriented and cognitive process integrated into the stream of natural («live») communication. The result of this activity is a secondary text that reflects the unique character of the cognitive processes behind solving the translation problem, the choice of language means of their explication at individual level, as well as the objective universal nature of such processes and the language norms of their representation. The effectiveness of the translation process ensures the accumulation of relevant experience, structured in the form of implicit «pegs», or cognitive sense-formation patterns for operating with knowledge about an object. These patterns constitute the implicit component of the dynamic structure of meaning (due to the psycholinguistic approach). The influence of linguistic and non-linguistic factors, contributing to the emergence of semantic ambiguity, mediates a different degree of manifestation of the translator's individual traits in the dynamics of overcoming translation difficulties. Professionalism in solving problems while translating is backed by accumulated experience and knowledge, which allow to find both a suitable option and efficient means of self-education.

*Keywords:* dynamic process; semantic ambiguity; implicit evidential sense-formation patterns.

Received: 17.04.2022

Accepted: 16.08.2022

## **Введение**

На протяжении столетий внимание ученых к переводческой проблематике не ослабевает, поэтому актуальность поиска научных подходов к изучению перевода не вызывает сомнения. Сложность в исследовании этого феномена вызвана тем, что перевод – это комплексная деятельность, основные этапы (фазы) которой

---

\* © Golubeva O.V., 2022

включают процесс понимания сообщения на исходном языке (далее – ИЯ) и формирование результата (создание вторичного текста, заменяющего исходный «в другой языковой и культурной среде» [Швейцер, 1988, с. 75]) на языке перевода (далее – ПЯ).

Определение перевода как деятельности опирается, в первую очередь, на общую целевую установку, а именно, обеспечение взаимодействия между коммуникантами, владеющими разными языками. Качество передачи информации напрямую зависит от профессионализма переводчика: его знаний ИЯ и ПЯ, глубины проникновения в культурную специфику социума и понимания составляющих ее реалий, владения переводческими методами и приемами. Таким образом, в процессе коммуникации переводчик выполняет ряд профессиональных задач, накапливает соответствующий опыт, расширяет кругозор, каждый раз делая новый шаг в освоении глубин профессии.

Современные когнитивные исследования позволили доказать, что язык как система средствreprезентации соответствующей картины мира, имеет когнитивное основание, во многом общее для представителей различных культур. Соответственно, переводчик, способный соотнести картины мира нескольких этносов, осознавая их общие черты и различия, потенциально всегда может найти адекватные средства передачи информации с ИЯ на ПЯ. В связи с этим идеи В. фон Гумбольдта и его последователей о невозможности перевода кажутся излишне категоричными.

Когнитивный подход к переводу, с нашей точки зрения, является логическим продолжением теорий, опирающихся на трактовку данного феномена как семиотического процесса. Такая взаимообусловленность вызвана рядом причин, среди которых:

1) универсальность связи познавательной активности человека и формируемых в процессе этой деятельности знаковых систем. По мнению Ч. Морриса, «человеческая цивилизация невозможна без знаков и знаковых систем, человеческий разум неотделим от функционирования знаков – а возможно, и вообще интеллект следует отождествить именно с функционированием знаков» [Моррис, 2001, с. 45];

2) понимание переводческой деятельности как «интерпретации верbalного знака путем его транспозиции в другую систему знаков» [Швейцер, 1988, с. 43, 69];

3) невозможность сведения переводческой деятельности к узкосемиотической трактовке – формальной замене знаков одной системы на знаки другой по той причине, что этот процесс всегда

социокультурно и личностно обусловлен. Нельзя не согласиться с мнением А.Д. Швейцера и Р.К. Миньяр-Белоручева, что «едва ли удастся адекватно описать процесс перевода, не учитывая того, что он осуществляется не идеализированным конструктом, а человеком, ценностная и психологическая ориентация которого неизбежно оказывается на конечном результате» [Швейцер, 1988, с. 8]. Это утверждение оправдано, так как «часть моего собственного “я” всегда оставалась в переводе» [Миньяр-Белоручев, 1999, с. 160–161].

Перевод характеризуется как комплексная, профессионально и социально обусловленная деятельность, в динамике которой переводчик опирается на представление о мире, воплощенное в различных системах знаков, в том числе языковых. Переводческая деятельность всегда личностно опосредована, однако «свобода» выбора знакового средства ограничена профессиональными требованиями, языковыми и социокультурными конвенциями.

Принимая во внимание вышесказанное, мы можем определить цель настоящего исследования, состоящую в изучении специфики когнитивных процессов осуществления переводческой деятельности индивидом. В данном случае термин «когнитивный» понимается широко: как осуществление речемыслительных действий, направленных на понимание и порождение высказывания, с одной стороны, и как выработка эффективных путей обработки информации – с другой.

## **Обсуждение и результаты**

### *Роль имплицитных опор в процессе перевода*

Современное видение роли личности переводчика в ходе межъязыкового и межкультурного взаимодействия представлено с позиций различных научных подходов. По мнению Л.М. Алексеевой, «перевод в настоящее время стал таким видом коммуникации, содержанием которого является индивидуальное понимание текста переводчиком, т.е. предмет перевода становится личностно-ориентированным» [Алексеева, 2002, с. 7]. В связи с этим роль переводчика не может сводиться к ретрансляции входящей информации, он выступает интерпретатором, целенаправленная деятельность которого находится под влиянием языковых и неязыковых факторов.

Первая фаза процесса перевода, связанная с пониманием, позволяет предполагать, что она становится промежуточным зве-

ном, выступающим основой создания вторичного текста. По словам М.М. Бахтина, понимание – это «видение живого смысла, переживания и выражения, видение внутренне осмысленного, так сказать самоосмысленного явления» [Бахтин, 2000, с. 229].

Такое определение понимания схоже с теорией значения слова как достояния индивида А.А. Залевской, согласно которой значение в динамике «живой» коммуникации формируется с опорой на многоуровневый внутренний контекст (мультимодальный гипертекст), обеспечивающий идентификацию смыслов «здесь и сейчас». В качестве навигаторов (опорных точек) во внутреннем контексте выступают признаки «как основания для пересекающихся связей по линиям языковых и энциклопедических знаний» [Залевская, 2014, с. 133]. Как показывают результаты исследований, установление смысловых связей предполагает фиксацию схемы актуализации признака, что в совокупности обеспечивает формирование когнитивного «продукта» опыта познавательной и коммуникативной деятельности индивида, или эвиденциальной смысловой опоры (подробнее см.: [Голубева, 2016]; о процессах формирования перцептивно-когнитивно-аффективных опор см., например: [Залевская, 2014]).

Подобные субъективно значимые смысловые опоры имплицитны, они составляют выводимый компонент динамической структуры значения. Если имплицитная периферия значения слова разделяема членами социума, то она носит устойчивый характер, сохраняется в различных коммуникативных ситуациях и рассматривается как общекоммуникативная (например, *поворнуть ключ в замке* значит *открыть дверь* [Комиссаров, 2017, с. 66]).

Схожие выводы подтверждены психолингвистическими экспериментами, в ходе которых испытуемые давали практические одинаковые реакции на стимул КРЕДИТ, привнося в динамическую структуру значения негативные эмоционально-оценочные смыслы. Словарное значение («1) ссуда, предоставление ценностей (денег, товаров) в долг; коммерческое доверие; 2) *перен.* доверие, авторитет; 3) отпускаемая на что-н. денежная сумма» [Ожегов, Шведова, 2006, с. 304]) содержит положительные коннотации, но смысловое «видение», опирающееся на негативный опыт испытуемых, приводит к определению кредита как *тяжести, зла, воровства* и т.д.) [Голубева, 2016, с. 206]. Другими словами, лексема *кредит* становится языковым средством субъективной оценки.

Следовательно, идентифицируя значения языковых единиц в динамике коммуникации, человек формирует своеобразное представление о смысле поступающей информации на основе знаний

языкового и неязыкового характера, а также предыдущего опыта осмысления и применения накопленных знаний. Нельзя не согласиться с В.А. Пищальниковой, которая отмечает, что «структура значения – как результат и вместе с тем фактор познания внутренне динамична <...> прежде всего потому, что динамичны способы познания этого мира, зафиксированные в языке» [Пищальникова, Сонин, 2017, с. 246].

Сказанное выше дает возможность полагать, что переводимость в динамике соответствующей деятельности должна рассматриваться «не как абсолютное, а как относительное понятие» [Швейцер, 1988, с. 110]. Перевод является вторичным текстом, опосредованным опытом познавательной и речевой деятельности переводчика, демонстрирующего адекватное понимание входящей информации и искусство ее вербального выражения.

### *Перевод как личностно обусловленная профессиональная деятельность*

Как было сказано выше, динамическая структура значения, включая ее имплицитный компонент, гибко реагирует на все нюансы процесса понимания, позволяя «домысливать», «достраивать» недостающую информацию. Память усердливо подсказывает самый экономный с позиции когнитивных усилий способ – выбрать уже проверенную предыдущим опытом схему понимания. Такая «экономия» дает возможность находить решение достаточно быстро, что особенно важно в условиях временных ограничений. Однако опора на «продукты» субъективного опыта может вызвать ошибки даже у профессиональных переводчиков.

Д. Робинсон подчеркивает, что перевод – динамический процесс семиозиса, который может осуществляться в контексте трех типов выводов (в соответствии с теорией Ч.С. Пирса): абдукции (интуитивная догадка), индукции ( поиск и построение схем-паттернов), дедукции (осознанное использование и фиксация приемов, разработка правил и стратегий).

Первый тип поиска переводческого решения (a subliminal «flow» state) личностно обусловлен. Он характерен для профессиональных или достаточно опытных переводчиков, является их второй натурой (second nature). В этом случае кажется, что решение приходит само собой, без каких-либо когнитивных усилий и

формируется на основе субъективного опыта переводчика. Второй тип характеризуется наличием трудности и практической работой по ее преодолению с помощью справочных материалов, консультаций и т.д. Переводчик осознанно занят напряженным поиском, итоги которого ведут к созданию схем действий. Выводы, полученные в ходе аналитической работы, становятся прецедентами поступать определенным образом в схожей ситуации перевода [Robinson, 2003, p. 84–85]. В дальнейшем такие правила-привычки определят действия переводчика, обращение к которым с течением времени будет происходить интуитивно, т.е. процесс снова пойдет по пути абдуктивного вывода и экономии когнитивных усилий.

Среди факторов, приводящих к отказу от абдуктивной модели поиска переводческого решения, следует, в первую очередь, назвать текст оригинала: специфику функционального стиля, своеобразие лексики, сложный синтаксис, авторские неологизмы, обилие импликаций. Эти особенности выступают предпосылками смысловой неопределенности, вызывающими затруднения при понимании. Осознанно или нет, переводчик старается уяснить смысл с помощью субъективных смысловых добавлений, замен, опущений, стараясь «подогнать» знание об описываемом событии к собственным представлениям о нем.

Кроме того на переводчика могут оказывать воздействие неязыковые факторы: например вариация целевой установки, возникающая как следствие выбора стратегии перевода и способная кардинально изменить его результат. Так, целью перевода сказки Л. Кэрролла «Алиса в Стране Чудес», выполненного В.В. Набоковым, являлась адаптация иноязычного текста к условиям русскоязычной социокультурной среды, что привело к вольному изложению сюжета, замене имен персонажей, иному описанию их поступков.

Переводчик также может испытывать влияние со стороны имплицитно присутствующих участников процесса (заказчика, редактора и т.д.), что определяет выбор стратегии (стратегия терциального перевода). В качестве примера приводятся перехваты и перевод переговоров противника в интересах силовых структур [Сдобников, 2015, с. 156]. Таким «третьим» лицом является редактор, определяющий политику издательства, а также другие органы, следящие за соответствием перевода утвердившейся идеологии.

Процесс перевода – это целенаправленная, результативная когнитивная деятельность индивида, руководствуемого во многом результатами собственного опыта познания и коммуникации. Эта деятельность обусловлена сложным переплетением ряда экс-

плицитно и имплицитно проявляющихся факторов: когнитивных, языковых, перцептивных (визуальное восприятие объекта), культурных, идеологических (the cognitive, linguistic, visual, cultural and ideological phenomena) [Hatim, Munday, 2004, p. 6].

В условиях объективного и субъективного воздействия получаемый вторичный текст обречен стать отличным от оригинала.

### *Экспериментальное исследование процесса перевода как способа стимулирования познавательной деятельности*

Наличие языковых и неязыковых факторов, опосредующих процесс перевода, едва ли будет подвергаться сомнению. Однако механизмы протекания этого процесса представляют трудность для изучения из-за безграничного количества вариантов перевода одного и того же текста. Поэтому можно выдвинуть гипотезу о том, что задействование смысловых опор как «продуктов» опыта осуществления переводческой деятельности обеспечит вариативность результата перевода (проявление «я» переводчика): от незначительных изменений по сравнению с оригиналом до значимых переосмыслений. Оправданность таких вариаций демонстрирует сформированность способа осуществления профессиональной деятельности (индивидуальный стиль переводчика), либо при наличии ошибок выступает стимулом интенсификации познавательной активности.

Проверка гипотезы должна проходить ряд этапов: 1) отбор текста на ИЯ и анализ языковых факторов, обуславливающих неоднозначность смысловой идентификации; 2) проведение экспериментальных процедур, позволяющих выявить вариации в переводе; 3) разработка методических рекомендаций по минимизации переводческих ошибок.

Среди языковых факторов ключевым, по нашему мнению, является наличие языковых активаторов смысловой неопределенности, среди которых дейктика; широкозначные и многозначные слова; прецедентные имена собственные, имплицирующие большой объем фоновых знаний и задающие аксиологическое восприятие; сложные синтаксические конструкции, как правило, не имеющие аналогов в ПЯ; эллиптические предложения; единицы языка, опосредующие активацию эвиденциальных смысловых опор у конкретного индивида (см.: [Голубева, 2020]).

В качестве *материала* исследования был выбран отрывок из романа В.В. Набокова «*Speak, Memory*», который содержит значительное количество переводческих трудностей благодаря особенностям идиостиля, разноуровневым единицам, демонстрирующим разницу строя английского и русского языков.

*In the drawing room of our country house, before going to bed, I would often be read to in English by my mother. As she came to a particularly dramatic passage, where the hero was about to encounter some strange, perhaps fatal danger, her voice would slow down, her words would be spaced portentously, and before turning the page she would place upon it her hand, with its familiar pigeon-blood ruby and diamond ring (within the limpid facets of which, had I been a better crystal-gazer, I might have seen a room, people, lights, trees in the rain – a whole period of émigré life for which that ring was to pay) [Nabokov, 1989, p. 64].*

Проведенный на предварительном этапе анализ текста показал, что маркерами смысловой неопределенности, а следовательно, языковыми причинами вариативности перевода может служить ряд слов и словосочетаний, среди которых авторский неологизм *crystal-gazer* (... *had I been a better crystal-gazer* ...), образованный путем сложения основ слов *crystal* и *gaze*, а также форманта *-er* со значением «человек, который совершает действие, называемое соответствующим глаголом». Словарь дает единственное производное слово, построенное при помощи этих основ – *crystal-gazing* «гадание с помощью “магического кристалла”» [БАРС, 1987, с. 382]. Поэтому несложно предположить, что *crystal-gazer* следует трактовать как «прорицатель, гадалка».

Проявления смысловой неопределенности дают возможность предположить, что варианты перевода будут содержать: 1) незначительные изменения по сравнению с оригиналом; 2) преобразования, влияющие на смысл текста, но не изменяющие значение целого; 3) кардинальные трансформации смысла высказывания / его части.

### *Результаты экспериментального исследования*

Для подтверждения гипотезы был проведен эксперимент, в ходе которого испытуемые (участвовала группа из 21 студента третьего-четвертого курсов Калужского государственного университета) должны были в течение 15 мин. перевести со словарем

приведенный выше отрывок из романа В.В. Набокова. Данная группа испытуемых обучается на переводческом отделении, что дает возможность говорить о наличии определенного опыта профессиональной деятельности. Полученные работы изучались как примеры проявления индивидуальных черт переводчика и не оценивались с позиции качества перевода.

Анализ полученных результатов перевода позволил установить, что:

1) наши предположения о влиянии языковых маркеров смысловой неопределенности на вариативность при передаче на ПЯ, полностью подтвердились. В переводах каждого из выявленных случаев смысловой неопределенности наблюдалось максимально 16 совпадений из 21 (пример *country house*) и минимально – ни одного (при передаче *would be spaced*). К сожалению, объем статьи не позволяет представить все примеры, часть из них приводится ниже;

2) в процессе перевода испытуемые опирались на индивидуально-образное представление описываемого события, что отразилось при передаче даже тех единиц, идентификация значений которых объективно не могла вызвать никаких расхождений. Так, при переводе словосочетания *country house*, хорошо известного любому, изучающему английский язык еще со времен средней школы, зафиксированы следующие варианты: привычный эквивалент (*загородный*) используется лишь в 16 случаях, помимо него отмечены *деревенский домик* (2), *деревенский дом* (2), *дачный*, что говорит о формировании субъективного образа объекта. Недостаток фоновых знаний о благосостоянии семьи Набоковых и опора на собственное представление о доме за городом, с нашей точки зрения, вызвало появление таких примеров, что свидетельствует об активации эвиденциальных смысловых опор в процессе перевода;

3) переводческая трудность вызвала отказ от поиска эквивалента и привела к опущению определенной части текста на ИЯ. Так, при переводе составного слова *crystal-gazer* подобным образом поступила почти половина испытуемых (девять из 21);

4) преодоление смысловой неопределенности в переводе предсказуемо привело к расхождениям, повлекшим различные по масштабу смысловые вариации. Так, сложная лексема *crystal-gazer* была переведена следующим образом:

– калькировалась, когда вариант, буквально передающий значение составляющих лексему словообразовательных частей, не позволяет понять смысл целого, что придает переводу искусственность (*смотритель кристаллов* (2), *хрустальный наблюдатель*);

– правильное толкование передаваемого словом понятия, связанного с профессией (увлечением), однако, ошибочный способ конкретизации рода занятий (*хрустальщик*);

– изменение оценочных смыслов. Некоторая ирония автора по поводу его способностей предсказать судьбу (*...had I been a better crystal-gazer...*) воспринимается буквально, причем с усилением оценки (*лучшим наблюдателем за кристаллами / в прозрачных гранях которого я был лучшим наблюдателем*);

– значимые смысловые изменения, связанные как с особенностями семантики, так и с внутренним, образным «видением» ситуации. В первом случае наблюдаются смысловые замены, отражающие смещение фокуса внимания с субъекта действия на само действие, совершаемое с магическим кристаллом (*я лучше видел сквозь него*), переоценку способностей совершающего действие (*...лучше разбирался в кристаллах / ...лучше разбиралась в кристаллах / я был более усердным наблюдателем / будь я внимательнее*), сопровождающуюся изменением грамматической категории наклонения и добавлением модального глагола (*я мог бы быть любопытным наблюдателем*).

Ряд вариаций отражает ситуацию, когда переводчик интуитивно представляет себя участником события и проецирует собственное видение ситуации на текст перевода. К таким примерам можно отнести варианты с проявлением гендерных особенностей, эксплицитно не выраженных в оригинале, но додуманных переводчиком (*лучше разбирался в кристаллах / лучшие разбиралась в кристаллах / ...если бы я была предсказателем*). Здесь собственное «я» переводчика просматривается достаточно ясно.

Экспериментально полученные результаты выявили, что профессиональные навыки будущих переводчиков еще не сформированы. Нехватка языковых и фоновых знаний часто приводит к выбору ошибочного варианта, а недостаток профессионализма – к буквальной передаче текста на ИЯ. Активация когнитивных структур, фиксирующих схожий опыт познавательной и коммуникативной деятельности индивида, предопределяет решение проблемы по прецеденту: задействование ассоциативных связей, отражающих ступенчатые смысловые переходы, не спасает от ошибок.

В этом случае задача преподавателя – анализировать переводы обучающихся, объяснять ошибки, корректировать установку смысловых связей, определять причины переводческих неудач. Методически грамотно организованная переводческая практика может стать не только возможностью повышения профессионального уровня, но и способом развития познавательных возможностей студентов.

## **Заключение и выводы**

Результаты экспериментального исследования дают основание сделать следующие выводы:

1) перевод должен всегда рассматриваться как профессиональная, так и познавательная деятельность. В этом случае он выступает способом мыслительной обработки текста и передачи его смысла средствами иного языка; способом познания языка и культуры другого этноса; способом накопления опыта профессиональной деятельности, т.е. способом познания мира языка, культуры в рамках профессии;

2) перевод – это деятельность, протекающая в семиотическом пространстве, позволяющая структурировать и фиксировать в памяти опыт оперирования знаками, в том числе языковыми. Поиск адекватных решений закрепляет функциональные эквиваленты на уровне индивидуального сознания: каждый раз сопоставляя знания о референте и подбирая языковые средства их передачи, переводчик фактически демонстрирует уникальный способ «видения» релевантных *ad hoc* признаков;

3) профессиональный переводчик формирует прецедентные способы и стратегии работы над иноязычным текстом. Не имеющий профессионального опыта – допускает ошибки. Создание имплицитных смысловых опор (схем), с одной стороны, ведет к формированию «чувств языка», или «шестого чувства» («*a feel for language*», «*sixth sense*») [Newmark, 1987, p. 4], с другой – не избавляет от переводческих ошибок, корректировка которых является задачей и переводчика, и преподавателя, отвечающего за его подготовку. Такая работа рассматривается как возможность оптимизировать действия переводчика по обработке информации и как стимул усилить познавательную активность и расширить кругозор;

4) процесс переводческой деятельности подвержен влиянию языковых и неязыковых факторов, порождает трудности, индивидуальный подход к преодолению которых ведет к появлению вторичного текста, где обязательно, хотя и в разной степени, проявляется «я» переводчика. Профессионально выполненные переводы (тексты) становятся средствами развития когнитивных и языковых способностей, обучения и воспитания будущих переводчиков.

Таким образом, перевод предстает одним из способов познания мира двойкой природы: субъективной с позиций своеобразия когнитивных процессов решения переводческой задачи и выбора языковых средств их экспликации, и объективной с позиции уни-

версальности когнитивных процессов, разделяемости языковых норм их репрезентации и социокультурной обусловленности.

## Список литературы

- Алексеева Л.М. Новые категории в современном переводоведении // Теория перевода: новый вектор исследований. – Санкт-Петербург : Филологический факультет СПбГУ, 2002. – С. 7–12.
- БАРС = Большой англо-русский словарь : в 2 т. / Апресян Ю.Д., Гальперин И.Р. [и др.] ; под общ. рук. И.Р. Гальперина, Э.М. Медниковой. – 4-е изд., испр., с доп. – Москва : Русский язык, 1987. – Т. 1. – 1038 с.
- Бахтин М.М. Автор и герой : к философским основам гуманитарных наук. – Санкт-Петербург : Азбука, 2000. – 336 с.
- Голубева О.В. «50 оттенков» смысловой неопределенности // Вестник Тверского гос. ун-та. Серия Филология. – 2020. – № 4(67). – С. 17–23.
- Голубева О.В. Теория эвиденциальности выводного знания (психолингвистический подход) : дис. ... д-р филол. наук. – Тверь, 2016. – 345 с.
- Залевская А.А. Интерфейсная теория значения слова: психолингвистический подход. – Лондон : IASHE, 2014. – 542 с.
- Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – 3-е изд. стер. – Москва : Р. Валент, 2017. – 408 с.
- Миньяр-Белоручев Р.К. Как стать переводчиком? / отв. ред. М.Я. Блох. – Москва : Готика, 1999. – 176 с.
- Morris Ч.У. Основания теории знаков // Семиотика: антология / сост. и общ. ред. Ю.С. Степанов. – 2-е изд., перераб. и дополн. – Москва : Академический проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – С. 45–97.
- Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. – 4-е изд., дополн. – Москва : ТЕМП, 2006. – 944 с.
- Пицальникова В.А., Сонин А.Г. Общее языкознание. – Москва : Р. Валент, 2017. – 480 с.
- Сдобников В.В. Коммуникативная ситуация как основа выбора стратегии перевода : дис. ... д-р филол. наук. – Нижний Новгород, 2015. – 492 с.
- Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. – Москва : Наука, 1988. – 215 с.
- Hatim B., Munday J. Translation. An advanced resource book. – London ; New York : Routledge: the Taylor & Francis Group, 2004. – 373 p.
- Nabokov V.V. Speak, Memory. An autobiography revisited. – New York : Vintage Books. A Division of Random House, Inc., 1989. – 260 p.
- Newmark P.A. Textbook of Translation. – New York ; London ; Toronto ; Sydney ; Tokyo : Prentice Hall, 1987. – 292 p.
- Robinson D. Becoming a translator. An introduction to the theory and practice of translation. – 2<sup>nd</sup> edition. – London ; New York : Taylor & Francis Group, 2003. – 318 p.

## References

- Alexeeva, L.M. (2002). *Novye kategorii v sovremenном переводоведении*. In: *Teoriya perevoda: noviy vector issledovaniya* (pp. 7–12). Saint-Petersburg: Philological faculty of Saint-Petersburg State University.
- BARS = Galperin, I.R., Mednikova, E.M. (eds.) (1987). *Bolshoy anglo-russkiy slovar*. 4<sup>th</sup> edition. Moscow: Russky yazyk. Vol. 1.
- Bakhtin, M.M. (2000). *Avtor i geroy: k philosophskim osnovam gumanitarnih nauk*. Saint-Petersburg: Azbuka.
- Golubeva, O.V. (2020). Fifty shades of ambiguity. *Vestnik TVGU. Series Philology*, 4(67), 17–23.
- Golubeva, O.V. (2016). *The theory of evidential nature of inferences (the psycholinguistic approach)*. (Unpublished doctoral dissertation). Tver: Tver state university.
- Zalevskaya, A.A. (2014). *Interfacial theory of word meaning: a psycholinguistic approach*. London: IASHE.
- Komissarov, V.N. (2017). *Sovremennoye perevodovedeniye*. 3<sup>d</sup> edition. Moscow: R. Valent.
- Minyar-Beloruchev, R.K. (1999). *Kak stat perevodchikom?* Moscow: Gotika.
- Morris, Ch.W. (2001). Writings on the general theory of signs. In: *Semiotics: anthology* (pp. 45–97). Moscow; Ekaterinburg: Academiceskyy prospect; Delovaya kniga.
- Ozhegov, S.I., Shvedova, N.Y. (2006). *Tolkovy slovar russkogo yazyka: 80 000 words and phraseological units*. 4<sup>th</sup> edition. Moscow: TEMP.
- Pischalnikova, V.A., Sonin, A.G. (2017). *Obschee yazykoznanie*. Moscow: R. Valent.
- Sdobnikov, V.V. (2015). *Kommunikativnaya situatsiya kak osnova vybora strategii perevoda*. (Unpublished doctoral dissertation). Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod State Linguistic University.
- Shveytser, A.D. (1988). *Teoriya perevoda: status, problems, aspects*. Moscow: Nauka.
- Hatim, B., Munday, J. (2004). *Translation. An advanced resource book*. London; New York: Routledge, the Taylor & Francis Group.
- Nabokov, V.V. (1989). *Speak, memory. An autobiography revisited*. New York: Vintage Books.
- Newmark, P.A. (1987). *Textbook of translation*. New York; London; Toronto; Sydney; Tokyo: Prentice Hall.
- Robinson, D. (2003). *Becoming a translator. An introduction to the theory and practice of translation*. 2<sup>nd</sup> edition. London; New York: Taylor & Francis Group.

**Масленникова Е.М.**

**Читательская проекция текста как его интерпретация:  
«живое знание» и внутренний контекст\***

*Тверской государственный университет,  
Россия, Тверь, e-maslenikova@inbox.ru*

*Аннотация.* В статье обсуждаются особенности построения читательской проекции текста в зависимости от контекстуальных условий функционирования СЛОВА в тексте. Перевод рассматривается как письменно зафиксированная личностная (читательская) проекция текста, в которой проявляется кросскультурная асимметричность, вызванная различиями языков и культур. Участники текстовой коммуникации также опираются на свой опыт, имеющиеся сведения о содержании текста, стратегии и процедуры освоения опыта и представления знаний. Гендерная принадлежность переводчика влияет на актуализацию текстовых смыслов.

*Ключевые слова:* текст; контекст; виды контекста; знание; понимание; гендер.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати 16.08.2022

---

\* © Масленникова Е.М., 2022

**Maslennikova E.M.**  
**Readers' text projection as its interpretation:**  
**«living knowledge» and internal context\***

*Tver State University,  
Russia, Tver, e-maslennikova@inbox.ru*

*Abstract.* The paper discusses special features of the readers' projection of texts and contextual variability of word functioning within texts and literary codes. Translation is considered as a written projection of the text that translators pass on to their readers with a different cultural background. It manifests cross-cultural asymmetry caused by differences in languages and cultures. For successful text communication it is vital to rely on experience and available information about the text content. Internal context is a factor that helps to get to the text's meanings. Translators' gender also influences meaning-making.

*Keywords:* text; context; context types; knowledge; understanding; gender.

Received: 17.04.2022

Accepted: 16.08.2022

### **Слово в тексте**

Успешность текстовой коммуникации зависит от таких функциональных компонентов, как: когнитивные репертуары, индивидуальные системы знаний участников текстовой коммуникации; их коммуникативные и интерпретационные стратегии; социальный, прагматический и экстралингвистический виды контекста (см., например: [Солсо, 1996; De Gelder, 1981; Putman, 1986] и др.). Коммуниканты, а именно переводчик, выступающий одновременно как первичный читатель исходного текста и как квази-(со)автор перевода как вторичного текста, и собственно вторичный читатель из системы переводящего языка и культуры, обращаются не только к знанию языка, норм и правил его функционирования, но и к своему опыту, сведениям о содержании текста, стратегиям и процедурам освоения опыта и представления знаний.

---

\* © Maslennikova E.M., 2022

Материалом исследования послужили переводы произведений русских поэтов и писателей на английский язык и произведений английских поэтов и писателей на русский язык.

Если ментальный лексикон индивида рассматривать как персональный живой поликодовый гипертекст [Залевская, 2013], то именно *слово* способно устанавливать собственные связи относительного коллективного «знания-переживания» и имеющихся артефактов культуры. Например, образ няни (*nurse*) из поэтического сборника Р.Л. Стивенсона «A Child's Garden of Verses» (1885) связан с детскими воспоминаниями самого автора. Если В.Ф. Ходасевич (1886–1939) сохраняет ее образ в переводе стихотворения «Вычитанные страны» (*няня уж идет за мной*), то из современных переводов его стихотворений заботливая няня часто исчезает, скорее всего, из-за неактуальности подобного объекта для большинства семей, или становится *мамой*, которая в викторианскую эпоху занимала менее значимое место в жизни ребенка. Получаемая читательская проекция текста определяется (или ограничивается) относительно интерпретирующего диапазона, задаваемого автором текста, не только временным барьером между автором и читателем, а переводчик является первичным читателем исходного текста, но создающим при этом «свой» текст для вторичного читателя из системы переводящего языка и культуры. Свою роль также играет имеющееся в принимающем социуме коллективное «знание-переживание». Поселившись с семьей в приобретенном у английского аристократа поместье, богатая американка из повести «The Canterville Ghost» О. Уайльда организовывает для соседей пикник, во время которого обычно приготавливают моллюсков (*organised a wonderful clam-bake, which amazed the whole county*). Для обозначения столь необычного загородного мероприятия, поразившего соседей, О. Уайльд использует типичную американскую реалию – *a clam-bake*. В дореволюционном «женском» переводе Е.Н. Тихомировой (1912) дама сама (!) занималась хозяйством, что соответствовало представлениям того времени об идеальной хозяйке дома. В дореволюционном «мужском» переводе М. Ликиардопуло (1918) дама организовала состязание по печению пирогов, поразившее все графство. Советский переводчик Ю. Кагарлицкий (1960) объясняет причину всеобщего изумления с помощью введенного в текст комментария: *великолепный, поразивший все графство пикник на морском берегу, – все кушанья были приготовлены из моллюсков*. Современные переводчики предпочли не вдаваться в детали: *великолепный пикник на*

*морском берегу, поразивший все графство* (В. Чухно, 1999), *замечательный пикник, поразивший все графство* (А. Грязунова, 2010).

А. Вежбицкая определяет словарный состав языка как ключ к этносоциологии и психологии культуры, отмечая, что ключевые для определенной культуры слова вбирают в себя и аккумулируют ее ядерные ценности [Вежбицкая, 2001]. Например, богатая героиня романа С. Моэма «*Theatre*» (1937) покупает поместье с большим загородным домом – *a country house* (*It saved the expense of having a country house of their own*), который в переводе Г. Островской становится *дачей* (*Это избавляло от расходов на собственную дачу*). В романе Дж. Чейза «*Trusted Like the Fox*» (1948) нищая героиня мечтает о жизни в собственном доме с богатым мужем (*having a husband and a home*), который избавит ее от бедности, обеспечив жизнь в любви, счастье и богатство (*whisk her away from poverty to a life of love, happiness and wealth*). В переводе Р. Мирсаллиевой (1993) она хочет *заиметь мужа и квартиру*. Кроме этого, переводчица перепутала слова *wealth* ‘богатство’ и *health* ‘здоровье’: в результате появились мечты о *счастливой и здоровой жизни и любви*, но не о желаемом богатстве, ради которого в исходном тексте девушка была готова на все. В выполненном Г. Варденги (2002) переводе детской считалочки из «*Mother Goose Rhymes*» та, что стоит у двери дома (*at the cottage door*), *бродит по квартире*. Подобные замены легко объяснимы, если вспомнить слова М.А. Булгакова из романа «Мастер и Маргарита» о *квартирном* вопросе, вошедшие в число прецедентных феноменов русскоязычного лингвокультурного социума.

Взятое в контексте слово устанавливает множественные связи с другими словами, как внутри конкретного текста, так и относительно идиостиля автора этого текста, других авторов, отдельного исторического периода и, шире, национальной литературы в целом с ее системой кодов, кодовых переходов и межкодовых связей [Масленникова, 2014]. Например, в мировой поэзии слово *сонет* (*sonnet*) входит в широкий культурологический контекст с четко выраженным мотивом о *сонете* как *кинжале*, ставшем частью метафоры, сравнивающей язык (отдельное слово или текст) с разящим оружием. Кроме этого, даже имена авторов сонетов получают своеобразную мифологенную нагрузку. Так, кроме *Shakespeare* и *Petrarch* английский поэт У. Вордсворт в сонете «*Scorn not the Sonnet*» (1827) к числу знаменитых сонетистов причисляет итальянцев *Tasso* и *Dante*, португальца *Самбенс*, англичан *Spenser* и *Milton*. Французский поэт Ш. де Сент-Бёв в сонете-

подражании «*Ne ris point du sonnet, ô critique moqueur*» (1829) добавляет «своих» национально-признанных *Du Bella* и *Ronsard*. В «Сонете» (1830) А.С. Пушкина, также восходящем к У. Вордсворту, упоминаются *Данте, Петрарка, творец Макбета*, т.е. *Шекспир, Камоэнс, Вордсворт* и добавляются современники – *певец Литвы*, т.е. *Мицкевич*, и *Дельвиг*. В свою очередь пушкинский текст становится прототекстом для русской литературы.

Многослойность *текста* способствует выделению того или иного его смыслового слоя, который подвергается осмысливанию или переосмысливанию в зависимости от наличия универсального и локального в культуре, а смысловая нагрузка *текста* осваивается исходя из ее приемлемости / неприемлемости для читателя. Если «содержание – это проекция текста на сознание», а «смысл – это проекция сознания на текст» [Новиков, 2007, с. 132], то в случае двуязычной текстовой коммуникации перевода речь может идти о (не) усвоении переводчиком как первичным читателем заложенных в тексте оригинала культурных смыслов и, соответственно, их (не) включении в получаемый перевод как вторичный опосредованный текст. В качестве одной из инвариантных характеристик смысла называется его контекстуальность [Леонтьев, 1999], когда контекст определяет и задает параметры коммуникативного стиля, который может иметь национальную специфику и в результате способствовать или затруднять трансляцию культурных смыслов. Например, в романе Дж.Х. Чейза «*You're Lonely Dead When You're Dead*» (1949) частное детективное агентство избавляло своих клиентов от любых проблем, начиная от разборок с шантажистами (*handled blackmailers*) до присмотра за наркоманами (*watched drug addicts*) или отправки студентов колледжа в путешествие (*take a bunch of college kids on a world tour*). Агентство даже обеспечивало передачу на воспитание в приемные семьи незаконнорожденных детей (*farmed out legitimate babies*). Возможно, из опубликованного в 1991 г. анонимного перевода упоминание о наркоманах исчезло по причине отсутствия официального признания такого явления в жизни советских людей, а незаконнорожденные дети превратились в переселенных по каким-то непонятным причинам в деревню детей-сирот: *I and my stuff have handled blackmailers, watched drug addicts, taken a bunch of college kids on a world tour, farmed out legitimate babies...* (J.H. Chase. *You're Lonely Dead When You're Dead*) ↔... мои агенты и я лично заткнули глотки многим шантажистам, отправили группу молодых людей в кругосветное путешествие, переселили в деревню нескольких

*детей-сирот...* (Дж.Х. Чейз. Последний трюк Ли Тэйлора. Переводчик не указан, 1991). Современный переводчик Б. Колодин (2014) оставляет *наркоманов*, но, неправильно идентифицировав значение фразового глагола *farm out* ‘отдавать детей на воспитание кормилице в деревню’, заставляет самих сотрудников агентства *выхаживать незаконных детей:... я и мой персонал работали с шантажистами, следили за наркоманами, брали кучку студентов в кругосветное путешествие, выхаживали незаконных детей...* (Дж.Х. Чейз. Каждый умирает в одиночку).

Н.А. Рубакин полагал, что содержание книги «как внутренняя ее сторона» меняется «сматря по читателю, смотря по складу его ума, по его характеру, темпераменту, его преобладающему или мимоудальному настроению и всем другим его психологическим свойствам» [Рубакин, 1925, с. 44]. Опираясь на развивающую им в русле библио-психологии теорию мнемы, Н.А. Рубакин делает вывод о том, что «каждый читатель в процессе чтения строит собственную проекцию читаемой книги <...> и эту свою проекцию принимает за качества самой книги и называет ее содержанием читаемого им произведения» [Рубакин, 1929, с. 83], т.е. он приписывает книге содержание, исходя из собственных представлений, знаний и опыта, поэтому «сколько у книги читателей, столько у нее содержаний» [ibid.], что объясняет множественность переводов одного и того же текста, а также выделение в оригинале разных смыслов, которые могут быть актуализированы переводчиками в силу, например, каких-либо личных причин. Так, шекспировский сонет 66 оказался самым суггестивно-притягательным поэтическим текстом англоязычной литературы для русскоязычных переводчиков. В настоящий момент насчитывается свыше 130 его переводов на русский язык, некоторые из которых отражают социумные ценности и антиценности времени своего создания: *побратались мент и бандюган* (С. Шабуцкий, начало 2000-х годов). В целом, отношения читателя с «его» пространством, актуализированным при обращении к «его» тексту, складываются по-разному, но в большинстве случаев реальное пространство определяет «бытие» читателя в тексте и его проживание текстовых смыслов.

### **Перевод как личностная проекция**

В этой или иной степени в переводе как письменно зафиксированной личностной (читательской) проекции текста проявляется не только кросс-культурная асимметричность, вызванная различия-

ми языков и культур, но даже гендерная категоризация, обусловленная гендерной принадлежностью переводчика. Так, А. Кристи в романе «Evil under the Sun» (1941) дает описание типично английского богатого поместья с красивым особняком, окруженным лугами, где имеются река и хорошее пастбище: *A man of good family such as he was should have had a decorous mansion set in wide meadows with, perhaps, a running stream and good pasture*. В переводе, опубликованном от имени А. Ганько, а это редакционный псевдоним издательства «Центрполиграф», под которым в начале 2000-х годов на книжный выходили зарубежные детективы, существительное *a stream* вызывает ассоциативные связи со *славной рыбалкой* по причине соответствующих типичных ожиданий-предвосхищений о стереотипной ситуации (*ручей → рыба → рыбалка*): *Человеку его происхождения гораздо большие соответствовало солидное поместье, окруженное зелеными лугами, по которым, сверкая на солнце, вьются веселые ручьи, обещая славную рыбалку* (А. Кристи. Зло под солнцем. Перевод А.И. Ганько, 2002). В «женские» переводы включены дополнительные определения (*просторные зеленые луга, милая речушка, настоящее английское поместье*): *Человеку его уровня полагалось иметь красивую усадьбу, окруженную просторными лугами и, по возможности, с протекающей по ним милой речушкой* (А. Кристи. Зло под солнцем. Перевод В. Кучеровской, 1992); *Человек из хорошей семьи, такой как капитан Ангмерин, должен был бы иметь приличный особняк, окруженный зелеными лугами, где неподалеку течет ручей, – в общем, настоящее английское имение* (А. Кристи. Зло под солнцем. Перевод Т. Голубевой, 2000). Кстати, за исключением С.М. Саксина (2020), который, однако, опираясь на шаблонное представление об идеальном английском газоне, окружает *красивый особняк просторной лужайкой*, другие переводчики не сохраняют пастбище (*good pasture*), тогда как крупные английские помещики-землевладельцы занимались на своих землях разведением скота.

В поэтическом тексте «теснота стихотворного ряда» (термин из [Тынянов, 1924]) отражает имеющиеся связи *слова* относительно микроконтекста, которые позволяют устанавливать *слову* новую семантическую «среду» в пределах предложения или словосочетания и, далее, уже на уровне *текста*. Так, большинство переводчиков пушкинского романа в стихах «Евгений Онегин» (1823–1931, полностью – 1833) выбирают для передачи рифмующейся пары *брегет ↔ обед* (*Пока недремлющий брегет / Не прозвонит ему обед*) рифму (*Breguet*) *chime ↔ (dinner) time* (H. Spalding, 1891; Ch. Johnston, 1977;

James E. Falen, 1990; O. Emmet, S. Makourenkova, 2007; S.M. Mitchell, 2008; A.S. Kline, 2009), сохраняя марку часов как часть культурного коммуникативного кода, определенный сигнал принадлежности героя к высшему свету. Подобные реалии имеют социально-эстетическую значимость одновременно для Мира текста и для Мира действительности, что подразумевает их сохранность при переводе и / или дополнительный комментарий в случае наличия пространственно-временного барьера, разделяющего автора и вторичного читателя перевода. Исчезновение марки часов повлекло за собой создание другой рифмующейся пары (*watch* ↔ *scotch*), из-за чего денди начала XIX в. Евгений Онегин начал употреблять шотландский виски – *scotch: Until his sleepless pocket watch / Tells him it is time for his dinner and scotch* (Gerard R. Ledger, 2001).

В переводах перед вторичным читателем может предстать видоизмененный Мир исходного текста, поскольку их переводчики выделили разные признаки для одного и того же ориентира относительно Мира текста. В английском детском стихотворении «*There was an old woman (And nothing she had)*» из сборника «*Nursery Rhymes*» говорится о старушке, которая ничего не имела (*nothing she had*), из-за чего ее считали сумасшедшей (*was said to be mad*). При этом перечисляются жизненные потребности любого человека (*nothing to eat, nothing to wear*). Далее говорится о «преимуществах» подобного существования без наличия самого необходимого: героине нечего было терять (*nothing to lose*) и нечего было бояться (*nothing to fear*). Она ничего не просила (*nothing to ask*) и ничего не давала (*nothing to give*), а после смерти ничего не оставила (*'d nothing to leave*). В переводах усиливается характеристика героини: она представлена как *несчастная старуха* (Г. Варденги, 2002), *нелепая старушка* (К. Атарова, 2002), *несчастная старушка* (А. Кацура, 2002), что, скорее всего, имело своей целью вызвать у вторичного читателя чувство сострадания. Примечательно, что впервые на русском языке это стихотворение было опубликовано только в 2002 г., несмотря на то, что многие тексты из «*Nursery Rhymes*» были известны советским читателям по переводам С.Я. Маршака и К.И. Чуковского. Все три перевода (К. Атаровой, Г. Варденги, А. Кацура) вошли в один сборник, т.е. были опубликованы одновременно. Вероятно, в данном случае можно предположить, что на выбор переводчиками одного и того же текста повлияла сложившаяся на рубеже XX–XXI вв. социальная обстановка, которая вызвала усиление исходных текстовых смыслов и введение переводчиками новых личностных смыслов.

Переводчики стихотворения «There was an old woman...» явно исходили из представлений о крайней бедности, когда непременным атрибутом нищего называется *сума*, ставшая со временем символом нищенства: *У одной несчастной старухи // Добра было – кукиши в суме* (Г. Варденги),... *всегда пуста suma* (А. Кацура). В.И. Даль в своем «Толковом словаре живого великорусского языка» [Даль, 1996] перечисляет многочисленные пословицы и поговорки со словом *сума*, за которыми стоят представления о нищей жизни, когда человек вынужден голодать или теряет привычный образ жизни: *Ходить с сумой ‘собирать подаяние’; Пустить кого с сумою ‘разорить’; Сума нейдет с ума – ‘нищета’; Сума, дай пить и есть ‘скатерть-хлебосолка’; Сума нищему не помеха; Худо жить тому, кому послал Бог суму; Не тяжело суму носить, коли хлеб в ней есть; Нищего ограбить – сумою пахнет; Его нищий сумой прикроет; Чего не дают, того в суму не берут; Не вяжись с казною, не пойдешь с сумою; Рад нищий и тому, что сшили новую суму*. Примечательно, что русские фразеологизмы устанавливают четкие связи между умственными способностями индивида и вероятностью для него оказаться в нищете: *И с умом, да с сумой; И без ума, да туга suma; Сумá даст умá; От большого ума досталась suma; По твоему уму, носить будешь суму; Без ума торговать – суму нажить*. Паремии также отражают «склонность русского человека к фатализму» [Вежбицкая, 1996, с. 34]: *С сумой да с тюрьмой не бранись; От сумы да от тюрьмы не отрекайся, не знаешь, что будет; Не родом-племенем suma ведется, кому Бог даст. Сложившиеся в русском языке и культуре подобные отношения отразились в переводе Г. Варденги: Всё добро было – кукиши в суме. // Вот о ней и ходили слухи, // Что она не в своем уме.*

Различия в «мужских» и «женских» читательских проекциях одного и того же текста также прослеживаются в переводах этого стихотворения на русский язык. Переводчицы нарушают принцип эквилинеарности (12 строк оригинала увеличиваются до 20 строк у К. Атаровой и до 16 строк у А. Кацура) из-за избыточной детализации: у героини *всегда пустое поле, пусты углы в избушке, всегда пуста suma*, не было *одежды и еды* (А. Кацура). Текст усиливается эмоционально: не было *ни крошечки еды и ни капельки воды* (К. Атарова). Добавляются дополнительные детали: не было *ни вилок, ни ножей, ни окон, ни дверей* (К. Атарова). Конкретизируется место действия (*избушка, без окон и дверей*). Пространство Мира текста становится обжитым: *думали соседи, что спятила она* (К. Атарова). При этом наблюдается характерная для женской речи

гиперболизированная экспрессивность и интенсификация оценки [Земская, Китайгородская, Розанова, 1993]. Даже обстоятельства смерти героини стишка изменяются: в оригинале она ничего не оставляет после себя в виде имущества по причине своей крайней бедности (*d nothing to leave*), а в «женских» переводах она не имеет *даже и могилы* (К. Атарова), после нее *осталось пустота* (А. Кацура). Кроме этого, А. Кацура вводит философские размышления о смысле жизни (*Неужто жизнь – игрушка, // Пустая маятка?*).

Перевод может устареть или оказаться невостребованным по причинам идеологического характера, из-за смены общественных ценностей и т.д. Долгое время в английских школах жестокие телесные наказания учеников в виде порки розгами были нормой: в 1791 г. анонимный автор, обозначивший себя как «Enemy to the infamous practice of flogging» (буквально «Враг печальной известной практики порки») публикует специальный памфлет, обличающий подобную практику [Enemy to ..., 1741]. Учитель из стихотворения «Doctor Faustus was a good man...» порол учеников время от времени (*whipt his scholars now and then*). С.Я. Маршак (1968) тщательно перечисляет орудия наказания, которые даже не упоминаются в оригинале: *деток*, а не *учеников* (*scholars*), были *розгой, плеткой, ремешком, палкой, скалкой, кулаком*. Отметим, что в современные переиздания переводов английской поэзии для детей на русский язык, выполненные С.Я. Маршаком, именно это стихотворение чаще всего не включается.

Представления о какой-либо ситуации, сложившиеся в принимающей культуре, также влияют на итоговый результат – вторичный текст перевода, являющийся письменной фиксацией переводческой деятельности, представляет собой именно ту проекцию текста, которая образовалась у переводчика при работе с оригиналом.

## СЛОВО В КОНТЕКСТЕ

Контекст «может быть разным: а) контекст, присутствующий в сознании коммуникантов и не зависимый от словесного его выражения; б) аспекты контекста так или иначе выраженные в высказывании; их значимость выявляется после произнесения высказывания» [Пищальникова, Сонин, 2009, с. 410]. Типы контекста разделяются на лингвистический (узкий) контекст, ограниченный рамками текста, и широкий контекст, объединяющий лингвистические и экстралингвистические условия коммуникации. Например, в зависимости от

контекста английское существительное *Apache* допускает два прочтения: при написании с большой буквы – это *апач* из племени американских индейцев апачей в юго-западной части США, а при написании с маленькой буквы – это *апаш*, т.е. парижский бандит. Существительное *brother* указывает не только на кровные узы (как ‘брать’), но и на профессиональные связи (как ‘коллега’). События в романе А. Кристи «The mystery of the Blue Train» (1928) разворачиваются в Париже: *Known to the police, I fear. Well, well, I wish Brother Apache good hunting* (A. Christie. The mystery of the Blue Train). Читатель должен догадаться, кому желает удачи герой из криминальных кругов: известному полиции индейцу из США или парижанину: *Что же, пожелаем брату апачу хорошей охоты* (А. Кристи. Тайна «Голубого поезда». Перевод С.Н. Шпака, 1991), *Ну-ну, желаю братцам апашам удачной охоты!* (А. Кристи. Тайна «Голубого поезда». Перевод В.В. Тирдатова, 2000).

В результате ложной идентификации объектов, реалий и ситуаций, относящихся к инобытийному пространству текста, нарушается Мир текста (*апаши* – в Париже или *апачи* – в США), из которого исчезают национально-специфические компоненты культуры. Подобные искажения влияют на проекцию текста, получающую читателем перевода при обращении к нему.

В этом отношении конситуация (контекстуальная ситуация) [Кафкова, 1979] становится важным условием адекватного текстопонимания и текстовосприятия, поскольку она обеспечивает восполнение тех элементов семантики, которые не даны непосредственно в структуре текста, позволяя тем самым соотносить языковые и неязыковые элементы. На первый взгляд, трудно установить прямые связи между английским быстрым народным танцем *jig* / *джига* и *чечеткой*. В романе Дж.Х. Чейза «You're Dead without Money» (1972) от радости за заключенную удачную сделку с бизнесменом вор готов сплясать джигу (*dance a jig*), а в переводе Н. Ярош (1993) – он *хотел отбить чечетку*. С одной стороны, русскоязычный читатель 1990-х был явно не знаком с подобным танцем, с другой – переводчик очевидно исходит из популярности чечетки среди представителей русского криминального мира:... «цыганочка» входит с давних пор в блатарское «юности честное зерцало» <...> Это пляска, это чечетка-«цыганочка» (В. Шаламов. Аполлон среди блатных, 1959, публикация – 1989).

Слова «двойного» прочтения типа *apache* требуют от переводчика большего внимания: сонный ребенок (*little Indian sleepy-head*) из стихотворения Р.Л. Стивенсона «The Sun's Travel» (1885) может быть

маленьким индейцем (О. Румер) или индийским ребенком (Игн. Ивановский, 1958) и жить, соответственно, в Индии (Л. Яхнин, 2011). В другом его стихотворении «Marching Song» играющие на стоге сена дети называют себя *mountaineers*. Согласно одному значению слова, – это горцы (Игн. Ивановский, 1958; В. Николаев, 2013), но, по другому значению – это могут быть альпинисты (Е. Липатова, 2001). В принципе оба значения слова *mountaineers* не противоречат общему контексту ситуации (дети залезли на стог), но горцы постоянно живут в горах, а альпинисты идут в горы. Подобные неявные отсылки к колониальным связям Англии или Шотландии с ее горцами, являются национально-специфическими маркерами личности автора текста – Р.Л. Стивенсона.

При переводе выбор для заполнения переменных диктуется узким контекстом как контекстом уровня словосочетания и предложения. Контекстуальная норма является своего рода стереотипом. Ожидания определяются знаниями о стандартном контексте и ситуации. Например, *Ласточка* из сказки О. Уайльда «The Happy Prince» (1888) рассказывает, что улетевшие на зимовку в Египет другие ласточки ночуют в гробнице великого короля (*go to sleep in the tomb of the great King*). Восстанавливая контекст, некоторые переводчики конкретизируют титул правителя Египта как *фараон* (Т. и С. Бертенсон, 1909; В. Чухно, 1999; А. Грызунова, 2010) или вводят имя самого известного фараона – *Великого Тутанхамона* (П.В. Сергеев, Г. Нуждин, 2003). Возможен и вариант *великий царь* (К. Чуковский, 1960; Е. Кузьмин, 2012). При заполнении переменных учитывается ситуационный контекст, т.е. идет приписывание моделей управления конкретным лексическим единицам: *Египет – the great King* (буквально ‘великий Король’) – *фараон – Тутанхамон*. Контекстное ожидание характеризуется и определяется ролями слов, их сочетаемостью, грамматической формой или соотносится по ассоциативному признаку: в глазах детей *стог* выглядит как *гора*, если залезли на *стог*, то мы – *альпинисты*.

При оперировании со смыслами текста переводчик выстраивает умозаключения относительно: 1) уже имеющихся и хранящихся в памяти смыслов и 2) получаемых смыслов при обращении к тексту, опираясь на конвенциональные стереотипы и знания о типовом сценарии. В этом отношении текст как единое целое функционирует «в процессе семиозиса и коммуникации» как «образ-гештальт» [Мурзин, Штерн, 1991, с. 13]. Так, например, по сказке О. Уайльда «The Young Prince» (1888) следует, что Старый король велел отравить собственную дочь, сочетавшуюся тайным браком с

человеком низкого происхождения. Однако дореволюционная переводчица Е. Буланина (1908) представляет читателям совсем другую историю, полную архетипичных сюжетных ходов, где виновной становится *мачеха*: *Мать принца, королева, умерла, оставив его грудным младенцем на руках короля-отца. Король женился на другой. Злая мачеха невзлюбила принца и, когда король на долгое время уехал из столицы, приказала подбросить его к пастухам, в лес, а мужа уверила, что ребенка украли и он пропал без вести. Когда же король и королева умерли, – один из старых слуг рассказал, где находится принц, законный наследник умершего короля* (О. Уайльд. Юный король. Перевод-пересказ Е. Буланиной, 1908).

## Заключение

Активизация и актуализация *слова* и его связей относительно развертываемой в тексте ситуации позволяет устанавливать необходимую для конкретного контекста систему координат, для чего также требуется «подключение» перцептивного, когнитивного и эмоционально-оценочного опыта, так как это определяет этнокультурную специфику восприятия текстов и их порождения. Границы поля восприятия относительно интерпретационного диапазона текста определяются переводчиком как первичным читателем и вторичным читателем из системы принимающего языка и культуры через активное принятие текста «на себя», когда читатель начинает усматривать так называемые скрытые смыслы текста с позиции «своего» времени.

## Список литературы

- Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. – Москва : Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
- Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – Москва : Русские словари, 1996. – 416 с.
- Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. – Т. 4. – Санкт-Петербург : Диамант, 1996. – 688 с.
- Залевская А.А. Значение слова и «живой поликодовый гипертекст» // Вопросы психолингвистики. – 2013. – № 1(17). – С. 8–19.
- Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании. – Москва : Наука, 1993. – С. 90–136.
- Кафкова О. О роли контекста в разных типах коммуникантов // Синтаксис текста. – Москва : Наука, 1979. – С. 236–247.

- Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – Москва : Смысл, 1999. – 487 с.
- Масленникова Е.М. Художественный перевод: когнитивная матрица и лингвистическая (не)равноценность // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2014. – № 3. – С. 111–117. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennyy-perevod-kognitivnaya-matrtsa-i-lingvisticheskaya-ne-ravnotsennost> (дата обращения: 18.08.2022).
- Мурзин Л.Н., Штерн А.С. Текст и его восприятие. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1991. – 171 с.
- Новиков А.И. Текст и его смысловые доминанты. – Москва : Институт языкоznания РАН, 2007. – 207 с.
- Пиццальникова В.А., Сонин А.Г. Общее языкоzнание. – Москва : Академия, 2009. – 448 с.
- Рубакин Н.А. Психология читателя и книги. Краткое введение в библиографическую психологию. – Москва ; Ленинград : Гос. изд-во, 1929. – 308 с.
- Рубакин Н.А. Работа библиотекаря с точки зрения библиопсихологии. К вопросу об отношении читателя и книги // Читатель и книга. Методы их изучения. – Харьков : Труд, 1925. – С. 37–65.
- Солсо Р.Л. Когнитивная психология. – Москва : Тривола, 1996. – 600 с.
- Тынянов Ю. Проблема стихотворного языка. – Ленинград : Academia, 1924. – 139 с.
- Enemy to the infamous practice of flogging. The shameful discipline of the schools expos'd, or, Whipping an improper punishment for youth. – London : Printed for J. Roberts, 1741. – 30 p.
- De Gelder B. I know what you mean but if only I understand you... // Meaning and Understanding. – Berlin ; New York : de Gruyter, 1981. – P. 44–60.
- Putman H. Mind, language and reality. Philosophical papers. – Cambridge : Cambridge University Press, 1986. – Vol. 2. – 457 p.

## References

- Wierzbicka, A. (2001). *Ponimanie kul'tur cherez posredstvo klyuchevykh slov*. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury.
- Wierzbicka, A. (1996). *Yazyk. Kul'tura. Poznanie*. Moscow: Russkie slovari, 1996.
- Dal, V.I. (1996). *Tolkovyy slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka*. Vol. 4. Saint-Petersburg: Diamant.
- Zalevskaia, A.A. (2013). Word meaning and «a personal polycode hypertext». *Voprosy psicholinguistiki*, 1(17), 8–19.
- Zemskaya, E.A., Kitaygorodskaya, M.A., Rozanova, N.N. (1993). Osobennosti muzhskoy i zhenskoy rechi. In: *Russkiy yazyk v ego funktsionirovaniy* (pp. 90–136). Moscow: Nauka.
- Kafkova, O. (1979). O roli konteksta v raznykh tipakh kommunikantov. In: *Sintaksis teksta* (pp. 236–247). Moscow: Nauka.
- Leontev, D.A. (1999). *Psichologiya smysla: priroda, stroenie i dinamika smyslovoy realnosti*. Moscow: Smysl.
- Murzin, L.N., Shtern, A.S. (1991). *Tekst i ego vospriyatiye*. Sverdlovsk: Izd-vo Ural. un-ta.
- Novikov, A.I. (2007). *Tekst i ego smyslovye dominanty*. Moscow: Institut yazykoznaniya RAN.

- Pishchalnikova, V.A., Sonin, A.G. (2009). *Obshchee yazykoznanie*. Moscow: Akademiya.
- Rubakin, N.A. (1929). *Psikhologiya chitatelya i knigi*. Moscow; Leningrad : Gos. izd-vo.
- Rubakin, N.A. (1925). Rabota bibliotekarya s tochki zreniya bibliopsikhologii. K voprosu ob otnoshenii chitatelya i knigi. In: *Chitatel' i kniga. Metody ikh izucheniya* (pp. 37–65). Kharkov: Trud.
- Solso, R.L. (1996). *Kognitivnaya psikhologiya*. Moscow: Trivola.
- Tynyanov, Yu. (1924). *Problema stikhotvornogo yazyka*. Leningrad: Academia.
- Enemy to the infamous practice of flogging. The shameful discipline of the schools expos'd, or, Whipping an improper punishment for youth.* (1741). London: Printed for J. Roberts.
- de Gelder, B. (1981). I know what you mean but if only I understand you... In: *Meaning and Understanding* (pp. 44–60). Berlin; New York: de Gruyter.
- Putman, H. (1986). *Mind, language and reality. Philosophical papers. Vol. 2*. Cambridge: Cambridge University Press.

**Раренко М.Б.**

**Перевод как инструмент познания «другого»<sup>1</sup>**

*Институт научной информации по общественным наукам РАН,  
Москва, Россия, rarenco@rambler.ru*

*Аннотация.* В статье рассматриваются вопросы, связанные с перевос-  
созданием в процессе перевода национальной картины мира, воспроиз-  
водимой в художественном произведении. Особое внимание уделяется  
вопросам передачи национального дискурса. Отмечается, что переводчик  
выполняет роль посредника между автором и читателем, не только гово-  
рящими на разных языках, но и принадлежащими разным культурам,  
имеющим разный культурный фон. Важным этапом процесса перевода  
должен стать предпереводческий анализ текста, позволяющий рассматри-  
вать переводимый текст как целостную систему. Вдумчивое использо-  
вание переводчиком стратегий доместикации и форенизации позволяет  
рассматривать перевод как инструмент познания «чужого».

*Ключевые слова:* перевод; художественный перевод; переводческие  
стратегии; доместикация; форенизация; И.А. Гончаров; национальная кар-  
тина мира.

Поступила: 26.06.2022

Принята к печати: 16.08.2022

---

<sup>1</sup> Работа выполнена в рамках государственного задания ИНИОН РАН по  
теме «Лингвокультурные аспекты цивилизационных противоречий»: <http://inion.ru/ru/science/temy-nir/lingvokulturnye-aspekte-tsivilizatsionnykh-protivorechii/>

**Rarenko M.B.**

## **Translation as an instrument to study «another»**

*Institute of Scientific Information for Social Sciences  
of the Russian Academy of Sciences,  
Russia, Moscow, rarenco@rambler.ru*

*Abstract.* The article deals with the issues related to re-creating the national picture of the world reproduced in a literature work when translating. The focus is on the transmission of the national discourse. The paper considers the translator acts as an intermediary between the author and the reader, both speaking different languages and born onto different cultures. A relevant state of translation process relates to pre-translation analysis of the text, which allows us to consider the translated text as an integral system. Reasonable use of domestication and foreignization strategies by the translator helps to consider translation as a tool of cognition of «another».

*Keywords:* translation; translation of fiction; translation strategies; domestication; foreignization; I.A. Goncharov; national picture of the world.

Received: 26.06.2022

Accepted: 16.08.2022

### **Введение**

Признанные в настоящее время две основные тенденции при переводе художественного произведения – доместикация и форенизация – весьма успешно применяются сегодня переводчиками. Под «доместикацией» понимается стратегия, в результате которой читателю предлагается перевод, «предполагающий приспособление результирующего текста культурно-языковой ориентации к целевой аудитории» [Базылев, Войнич, 2011, с. 57]. Такой перевод характеризуется рядом особенностей, благодаря которым он легко воспринимается целевой аудиторией: использование переводчиком современного аудитории языка, отсутствие в тексте жаргонизмов и сленгизмов, иностранных слов, а также использование семантически точного синтаксиса, т.е. понятного, «одомашненного», передающего мысли оригинала. Под «форенизацией» понимается стратегия пере-

вода, цель которого заключается в намеренном «сохранении формы оригинала в ущерб языку и культуре перевода», т.е. «перевод, выполненный с максимальным сохранением национальной культурно-языковой идентичности авторского текста» [Базылев, Войнич, 2011, с. 80]. Дополняя друг друга, эти стратегии перевода помогают иноязычному читателю лучше понять художественное произведение, изначально созданное на другом языке, в контексте иной культуры.

Перевод художественного произведения, несмотря на многовековую практику, до сих пор остается в поле внимания специалистов разных гуманитарных областей знания, а переводчики-практики по-прежнему делятся профессиональными тонкостями, что неудивительно, потому что удачный перевод – это всегда результат применения переводчиком его знаний, умений, навыков в сочетании с его интуицией, художественным мышлением, уважением к автору текста и многоего другого.

Как и много веков назад, когда переводческая деятельность только зарождалась, к переводчику предъявляются по сути те же самые требования – перевод должен отражать подлинник, однако с течением времени требования к «хорошему» переводу претерпевают значительные изменения: современную читательскую аудиторию уже не удовлетворяет только передача содержания оригинала.

Потребность человека в новых знаниях, в получении новых эмоций – неотъемлемая часть его жизни, как и любопытство, тем более в отношении других людей, говорящих на других языках, имеющих другую культуру. Конечно, есть много разных способов удовлетворить свое любопытство, например путешествия, тем более в то время, когда технический прогресс позволяет совершать перемещения в практически любые точки планеты сравнительно быстро, однако чтение художественной литературы, вопреки пессимистическим прогнозам последней четверти XX в., до сих пор остается самым востребованным способом познания другого.

## **Художественная литература как источник познания «другого»**

Воссоздаваемая в художественном произведении картина мира опосредована авторским мировосприятием. Вошедшие в «золотой фонд» мировой литературы произведения отличает их тесная связь с национальной культурой, что представляется вполне

объяснимым, поскольку интерес к иной культуре, быту, мировоззрению и мировосприятию никогда не теряет актуальности.

В истории человечества есть периоды, когда наблюдается всплеск интереса к «чужому», вызванный часто желанием понять самих себя, поскольку различия ярче и контрастнее проявляются в сопоставлении. В XIX в. в Европе отмечается повышенный интерес к изучению своей национальной культуры в сопоставлении с другими. Ученые изучают национальный фольклор (например, братья Гримм выпускают собрание немецких сказок), пытаясь в нем найти объяснения национальной самобытности, литераторы пишут «национальные характеры» и пр. Так, И.А. Гончаров неоднократно отмечал, что пишет свои произведения исключительно «для русских», поскольку другим его произведения будут непонятны в силу их национальной специфики. Стоит ли упоминать, что к переводам своих произведений на иностранные языки писатель относился с большой долей скептицизма?

Тем не менее именно переводные произведения стали и продолжают оставаться одними из основных способов познания «другого», и выработанные в течение многих столетий принципы перевода оказывают в этом большую помощь.

По свидетельству современников и литературных критиков, роман в стихах А.С. Пушкина «Евгений Онегин» признается «энциклопедией русской жизни», поскольку в нем отразились совершенно разные аспекты современной писателю русской жизни – как деревенской, так и светской городской – с ее бесконечными балами, светскими приемами и пр. Жизнь разных слоев русского общества представлена и в романе-эпопее Л.Н. Толстого «Война и мир», и в романе-эпопее А.М. Горького «Жизнь Клима Самгина». Быт русского общества разных периодов широко представлен и в произведениях А.Н. Островского, А.П. Чехова и др.

Однако в художественном произведении изображаются не только особенности быта, нравов, национальных традиций, но и особенности национального дискурса – то, как происходит общение в данном социуме. Многие писатели уделяли внимание, используя термин М.М. Бахтина, «речи изображенной». Так, описывая светское общение в России в начале XIX в., Л.Н. Толстой воспроизводит на страницах своего романа беседу пришедших в салон Анны Шеррер на французском языке, а И.А. Гончаров в романе «Обломов», характеризуя общение в Обломовке, замечает, что молчание в разговорах обломовцев играет не менее важную роль, чем обмен репликами.

М.М. Бахтин в статье «Проблема речевых жанров» (1953–1954) задается вопросом о том, как происходит коммуникация, и приходит к выводу о том, что «мы отливаем нашу речь по определенным жанровым формам, иногда штампованным и шаблонным, иногда более гибким, пластичным и творческим» [Бахтин, 1997, с. 180–181], данным нам так же, как и родной язык [Бахтин, 1997, с. 181]. М.М. Бахтин утверждает, что «каждое отдельное высказывание, конечно, индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые <формы – М.Р.>» [Бахтин, 1997, с. 159], которые он называет речевыми жанрами. Таким образом, общение, согласно М.М. Бахтину, происходит по определенным, принятым в данном национальном сообществе правилам. Подтверждают замечание М.М. Бахтина и современные исследования, посвященные разным аспектам национального коммуникативного поведения. Так, А.В. Сергеева отмечает, что «особенности национальной культуры, психологии и ментальности отражаются в речи, в системе словоупотребления, придают особенный колорит картине мира», в то время как «речь любого человека всегда жестко определена системой его родного языка» [Сергеева, 2007, с. 11]. Ю.Е. Прохоров и И.А. Стернин также подчеркивают, что «коммуникативное поведение является компонентом национальной культуры» [Прохоров, Стернин, 2007, с. 35].

### **Воссоздание в переводе прямой речи персонажей как переводческая проблема**

Как показывает обзор научной литературы по проблемам художественного перевода, одним из актуальных вопросов и в то же самое время одним из сложных сегодня признается передача прямой речи при переводе с одного языка на другой. Это связано, прежде всего, с тем, что не всегда «речевые жанры» осознаются переводчиком и, соответственно, воссоздаются при переводе. Более того, находясь под влиянием своих культурно обусловленных речевых паттернов, переводчик воспроизводит «свои» «речевые жанры», склоняясь к стратегии доместификации в своем искреннем (и благородном в своей основе) порыве «облегчить» читателю процесс чтения переводного произведения.

Рассмотрим несколько примеров. В уже упомянутом романе И.А. Гончарова «Обломов» авторское повествование, представ-

ляющее собой описание, сменяется довольно пространными диалогами персонажей, которые, на первый взгляд, кажутся бессмысленными, о чем, например, упоминали такие исследователи, как М. Эре [Ehre, 1973], Е.Г. Эткинд [Эткинд, 1998]. Е.Г. Эткинд, анализируя разговор между Обломовым и Захаром, предшествующий их переезду с улицы Гороховой, пишет, что их разговор – это «разговор глухих», что «обмен репликами, основанный на волюющем смыслловом недоразумении, не только не ведет к взаимопониманию, но даже, напротив, углубляет отчуждение друг от друга» [Эткинд, 1998, с. 132]. По мнению исследователя, персонажи И.А. Гончарова часто обмениваются репликами не к месту, их беседа носит тавтологический характер, они не слышат ни вопросов, ни ответов других, а иногда и вовсе посреди диалога все замолчат («Между собеседниками по большей части царствует глубокое молчание...» [Гончаров, 1979, с. 131], «И опять замолчат» [Гончаров, 1979, с. 131], «... и все погрузилось в молчание» [Гончаров, 1979, с. 134]).

Действительно, если рассматривать диалоги в романе вне их связи с общим замыслом писателя, стремившегося представить в своих произведениях, «как в зеркале, и явления общественной жизни, и нравы, и быт» [Гончаров, 1979, с. 107] и подчеркивающего, что язык – «самое живое и чуть ли не единственное выражение национальности» [Гончаров, 1979, с. 258], то может показаться, что это так:

«– Чего вам? – сказал он, придерживаясь одной рукой за дверь кабинета и глядя на Обломова...

– Носовой платок, скорей! Сам бы ты мог догадаться: не видишь! – строго заметил Илья Ильич...

– А кто его знает, где платок? – ворчал он, обходя вокруг комнату и ощупывая каждый стул, хотя и так можно было видеть, что на стульях ничего не лежит.

– Все теряете! – заметил он, отворяя дверь в гостиную, чтоб посмотреть, нет ли там.

– Куда? здесь ищи! Я с третьего дня там не был. Да скорее же! – говорил Илья Ильич.

– Где платок? нету платка! – говорил Захар, разводя руками и озираясь во все углы. – Да вот он, – вдруг сердито захрипел он, – под вами! Вон конец торчит. Сами лежите на нем, а спрашиваете платка!» [Гончаров, 1979, с. 14].

Перебранка между Обломовым и Захаром, ищущим утерянный носовой платок, однако, не беседа, направленная на выяснение ин-

формации, а обмен, на первый взгляд, малозначащими репликами, в то же время имеющий большое значение для обоих участников. Это общение людей, принимающих друг друга такими, какие они есть – флегматичный, легко раздражающийся по разным пустякам, медлительный Обломов и преданный, любящий своего хозяина, не представляющий жизни без него Захар, в то же самое время очень ревностно относящийся к несправедливым порой обвинениям Обломова. Каждый из них играет предназначенному ему роль, а каждодневное «недовольство» друг другом воспринимается обоими как своего рода обязательный ритуал. Их общение строится по тем же самым канонам, что и общение в милой обоим Обломовке. Таков, например, бесконечный «разговор» старого Обломова с дворовыми:

«– Эй, Игнашка? Чего несешь, дурак? – спросит он идущего по двору человека.

– Несу ножи точить в людскую, – отвечает тот, не взглянув на барина.

– Ну неси, неси; да хорошенько, смотри, наточи!» [Гончаров, 1979, с. 113].

Общение ради общения – так можно охарактеризовать большинство диалогов в романе «Обломов», а тавтологичность содержания диалогов еще раз подтверждает, что общение является ценностью само по себе. И именно такое общение, по мнению И.А. Гончарова, и характеризует разговор «по-русски».

Рассмотрим перевод фрагмента романа на английский язык.

«What is it now, sir? he asked, holding on to the door of the study with one hand, and...looking at Oblomov...

My handkerchief, and be quick about it! You might have thought of it yourself – you never see anything!» Oblomov observed sternly...

«How should I know where your handkerchief is?» he grumbled, walking round the room and feeling every chair with his hand, though one could see there was nothing lying there.

«You're always losing things,» he observed, opening the drawing-room door to see if the handkerchief was there.

«Where are you going? Look for it here! I haven't been there since the day before yesterday. And hurry up, will you?» Oblomov said.

«Where is that handkerchief? Can't see it anywhere!» said Zahar, throwing up his hands and looking round the room.

«Why, there it is,» he suddenly hissed angrily. «It's under you, sir! There's one end of it sticking out! You lie on your handkerchief and then you ask for it!» [Oblomov, 1954, p. 19].

В английском переводе переводчик старательно «достраивает» каждую фразу диалога между хозяином и слугой грамматически («А кто его знает, где платок?» – «How should I know where your handkerchief is?»; «Куда?» – «Where are you going?»), создавая впечатление формального, отстраненного общения. Более того, переводчик вводит в английский текст отсутствующее в русском тексте обращение Захара к Обломову «sir», а также «will you» и пр. достраивая каждую фразу грамматически. Казалось бы, следуя своей стратегии перевода, переводчик «реконструирует» текст во благо читателю, однако, на самом деле, излишне правильный текст полностью разрушает цель, поставленную автором оригинального текста И.А. Гончаровым, для которого, как уже отмечено выше, диалог – это не только и не столько получение конкретной информации, а именно акт общения, установление и подтверждение эмпатии, «растворения» одного собеседника в другом.

Нельзя не отметить, что различия в языковых системах русского и английского языков ограничивают возможности переводчика, однако еще один фрагмент из перевода романа «Обломов» на английский язык подтверждает, что переводчик намеренно следует выбранной им стратегии перевода, не осознавая, что она не только не помогает читателю понять авторский замысел воспроизвести модель общения по-русски, но полностью его (замысел) разрушает:

«– Какая у вас пыль везде! – сказал он.  
– Все Захар! – пожаловался Обломов.  
– Ну мне пора! – сказал Волков.  
За камелиями для букета Мише.  
Au revoir» [Гончаров, 1979, с. 21].

«How awfully dusty your room is!» he said.  
«It's all Zahar's fault!» Oblomov complained.  
«Well, I must be off,» said Volkov. «Must get those camellias for Misha's bouquet. Au revoir» [Oblomov, 1954, p. 27].

Как можно заметить, и в этом фрагменте переводчик до-страивает фразы до их грамматической завершенности, разрушая разговорный синтаксис и лишая фразы их естественности, тавтологичности, непринужденности. Отметим, что все же в ряде случаев переводчик опускает подлежащее («Can't see it anywhere»; «Must get those camellias for Misha's bouquet»), что характерно для разговорной английской речи.

## Заключение

Чтение переводной художественной литературы по-прежнему востребовано в современном мире, поскольку отвечает запросам читателей в их стремлении познать «другого». При переводе принятые в данной культуре (в отличие от других в другой культуре) «речевые жанры» оказываются особенно уязвимы. Отметим, что проблема заключается не столько в том, что переводчику не хватает компетенций передать их содержание средствами другого языка, сколько в том, что этот аспект перевода, как правило, переводчиками игнорируется как недостаточно важный. Принятые в одной культуре «речевые жанры» при переводе «автоматически» заменяются принятыми в принимающей переводное произведение культуре «речевыми жанрами». Разумное сочетание стратегий доместикации и форенизации, а также вдумчивый предпереводческий анализ переведимого произведения могли бы позволить читателю увидеть и оценить своеобразие национального дискурса, понять различия между ним и дискурсивными практиками принимающей культуры.

## Список литературы

- Базылев В.Н., Войнич И.В. Foreignizing strategies in translation // Основные понятия англоязычного переводоведения : терминологический словарь-справочник. – Москва : ИНИОН РАН, 2011. – С. 80–83.
- Базылев В.Н., Войнич И.В. Domesticating strategies in translation // Основные понятия англоязычного переводоведения : терминологический словарь-справочник. – Москва : ИНИОН РАН, 2011. – С. 57–60.
- Бахтин М.М. Теория речевых жанров // Бахтин М.М. Собрание сочинений. – Т. 5 : Работы 1940–1960 гг. – Москва : Русские словари, 1997. – С. 159–206.
- Гончаров И.А. Собрание сочинений : в 8 т. – Москва : Художественная литература, 1979. – Т. 4 : Обломов. – 534 с.
- Гончаров И.А. Собрание сочинений: в 8 т. – Москва : Художественная литература, 1977. – Т. 8 : Статьи, заметки, рецензии, письма. – 559 с.
- Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. – Москва : Флинта : Наука, 2007. – 2007. – 328 с.
- Сергеева А.В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. – Москва : Флинта : Наука, 2007. – 320 с.
- Эткинд Е.Г. «Внутренний человек» и внешняя речь: Очерки психопоэтики русской литературы XVIII–XIX вв. – Москва : Языки славянской культуры, 1998. – 450 с.

- Ehre M. Oblomov and His Creator. The Life and Art of Ivan Goncharov.* – Princeton (New Jersey) : Princeton Univ. Press, 1973. – IX, 295 p.
- Goncharov I. Oblomov /* Translated and with an Introduction by D. Magarshack. – London : Penguin Books, 1954. – 485 p. – URL: <https://www.bookfrom.net/ivan-goncharov/43426-obломов.html>

## References

- Bazylev, V.N., Vojnich, I.V. (2011). Foreignizing strategies in translation. In: *Osnovnye ponjatija anglojazychnogo perevodovedenija: Terminologicheskij slovar'-spravochnik* (pp. 80–83). Moscow: INION RAN.
- Bazylev, V.N., Vojnich, I.V. (2011). Domesticating strategies in translation. In: *Osnovnye ponjatija anglojazychnogo perevodovedenija: Terminologicheskij slovar'-spravochnik* (pp. 57–60). Moscow: INION RAN.
- Bahtin, M.M. (1997). Teorija rechevyh zhanrov. In: Bahtin, M.M. Sobranie sochinenij. Vol. 5: Raboty 1940–1960 (pp. 159–206). Moscow: Russkie slovari.
- Goncharov, I.A. (1977). Statii, заметки, recenzii, pisma. In: Goncharov, I.A. Sobranie sochinenij. Vol. 8. Moscow: Hudozhestvennaja literatura.
- Goncharov, I.A. (1979). Oblomov. In: Goncharov, I.A. Sobranie sochinenij. Vol. 4. Moscow: Hudozhestvennaja literatura.
- Prohorov, Ju.E., Sternin, I.A. (2007). Russkie: kommunikativnoe povedenie. Moscow : Flinta : Nauka.
- Sergeeva, A.V. (2007). Russkie: stereotipy povedenija, tradicij, mentalnost. Moscow : Flinta: Nauka.
- Jetkind, E.G. (1998). «Vnuttrennij chelovek» i vneshnjaja rech': Ocherki psihopojetiki russkoj literatury XVIII–XIX vv. Moscow: Jazyki slavjanskoj kul'tury.
- Ehre, M. (1973). Oblomov and his creator. The life and art of Ivan Goncharov. Princeton (New Jersey): Princeton Univ. Press.
- Goncharov, I. (1954). Oblomov. Translated and with an introduction by D. Magarshack. London: Penguin Books. Retrieved from: <https://www.bookfrom.net/ivan-goncharov/43426-obломов.html>

**Романтовский А.В.**

**Современные коммуникативно-познавательные  
потребности русскоязычных интернет-пользователей  
по данным поисковых запросов\***

*Московский государственный лингвистический университет,  
Россия, Москва, romantalex@gmail.com*

*Аннотация.* Статья посвящена описанию частотных синтаксических моделей поисковых запросов, содержащих модальные предикаты возможности, необходимости, долженствования. Предпринята попытка выявить основные лингвистические особенности данного способа реализации коммуникативно-познавательных потребностей массовой русскоязычной интернет-аудитории. Обнаружено доминирование моделей «можно ли после...», «нужно ли после...» выраждающих проверку знаний пользователя в ситуации постсобытийности (для возможности и необходимости), а также собственно запросы получения знаний об эталоне (для долженствования), которые можно представить в виде модели «каким должен быть...».

*Ключевые слова:* интернет-коммуникация; поисковый запрос; синтаксические модели; лингвистические аспекты социального знания.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

---

\* © Романтовский А.В., 2022

**Romantovskiy A.V.**

**Modern communicative and cognitive needs  
of Russian-speaking Internet users  
according to search queries<sup>\*</sup>**

*Moscow State Linguistic University,  
Russia, Moscow, romantalex@gmail.com*

*Abstract.* The paper looks at frequent syntactic models of search queries containing modal predicates of possibility, necessity and obligation. An attempt was made to identify the main linguistic features of this method of implementing the communicative and cognitive needs of the mass Russian-speaking Internet audience. The dominance of «*mozhno li...*», «*nuzhno li...*» models meant to verify the user's knowledge in a post-event situation (possibility and necessity), as well as the actual requests for obtaining knowledge about the standard (obligation), which can be represented in the form of a model «*skakim dolzhen byt...*» are detected.

*Keywords:* Internet communication; search query; syntax models; linguistic aspects of social knowledge.

Received: 17.04.2022

Accepted: 16.08.2022

## **Введение**

Русский язык занимает одно из ведущих мест в цифровом пространстве Интернета [Индекс положения русского языка в мире ..., 2022]. Последнее на сегодняшний день приобрело масштабы глобальной информационно-коммуникационной среды осуществления разнообразных социальных обменов. В период пандемийного перехода на дистанционную форму работы многие сферы общественной системы испытали на себе, кроме всего прочего, и адаптацию к новым условиям вербально-знакового аспекта своего функционирования.

Что касается интересующей нас части цифровой коммуникативной компетенции пользователя, то поисковые запросы, без-

---

<sup>\*</sup> © Romantovskiy A.V., 2022

условно, являются одним из главных индикаторов конкретно-ситуативного (осуществление конкретной деятельности, направленной на получение знаний) и универсального компонентов («интеллектуальный голод») познавательных потребностей современного человека [Апреликова, 2020]. Мы отдаём предпочтение множественному числу потому, что поисковые запросы в Интернете могут подкрепляться разными мотивами: личным любопытством, служебной необходимостью, инструктивной практикой, модой, стремлением к социализации через отслеживание информационных трендов и проч.

Целью исследования является попытка зафиксировать языковой срез поисковой картины мира за месяц – максимально доступный обычному пользователю период сбора статистических данных в поисковом сервисе Яндекса – в синтаксических моделях вербализации познавательных потребностей русскоязычных пользователей. Наряду с этим на материале такого одномоментного среза данных можно получить сведения о структурной и смысловой иерархизации тем и формулировок поисковых запросов.

Особый интерес, на наш взгляд, представляют конструкции, построенные на основе модальных предикатов «можно», «нужно», «должен», которые отражают важнейшие модификационные возможности окружающей действительности в соотнесении с экстраполингвистическими потребностями адресантов и социокультурным измерением их существования.

## История вопроса

К жанру поискового запроса лингвисты обращались с разных позиций. Обобщенные жанровые признаки выделила Л.Ю. Щипицина, отметив среди них информативность, интерактивность и гипертекстуальность [Щипицина, 2013]. Анализ точки зрения автора позволяет отнести поисковый запрос к мета-жанрам, служащим целям коммуникативного посредничества в следующей схеме коммуникативных ролей: продуцент поискового запроса (интенция уточнения, прояснения собственных знаний) – агрегатор результатов поискового запроса (список ключевых слов в гипертекстуальной, жестко контекстуальной привязке к сетевой многофакторной иерархии ресурсов) – реципиент результатов поискового запроса (когнитивно-коммуникативное действие выбора релевантных результатов). Схема вряд ли может считаться замкнутой, поскольку в ряде

случаев пользователь осознает потребность уточнить, переформулировать поисковый запрос, изменить стратегию поиска.

Роль ключевых слов, задействованных в поисковых запросах, и сложность их семантических связей с результатами одним из первых отметил П.В. Морослин [Морослин, 2009]. Как и Л.Ю. Щипицина, ученый считает необходимым отметить преимущественное употребление номинативных синтаксических конструкций, доминирование имени существительного в тексте запроса. При этом П.В. Морослин обращает внимание на нестандартность, нерегулярность возникающих семантических и ассоциативных связей между самими ключевыми словами и полученными на их основе результатами [Морослин, 2009].

Е.Ю. Распопина исследует поисковые интернет-запросы в отношении когнитивных установок и когнитивных стратегий поиска. Лингвисту удается предложить подробную классификацию лингвокогнитивных моделей поисковых запросов [Распопина, 2011]. При этом данная классификация остается слишком общей и не касается конкретных частотных синтаксических моделей.

Эта тема продолжает разрабатываться во многих публикациях. Наша задача – рассмотреть определенный временной срез поисковых запросов, построенных на основе базовых модальных предикатов. Подобные синтаксические модели, на наш взгляд, отражают важные для пользователей ценностные установки, очерчивают координаты возможностей работы с существующей и рефлексируемой исторической реальностью, в том числе цифровой, виртуальной.

Иерархия запросов отслежена на основе статистических данных Яндекс.Поиска, доступных среди прочих сервисов сайта <https://yandex.ru/>.

## **Синтаксические модели возможности**

Опираясь на возможности поисковой системы «Яндекс», доминирующей в русскоязычном Интернете, разберем ветвления синтаксических моделей, построенных вокруг предиката «можно».

Настройки статистического ресурса позволяют отследить количество и языковые особенности поисковых запросов, сделанных в течение месяца. При этом обновление данных происходит еженедельно. Далее следует материал, собранный к 26.03.2022 г.

Поисковые запросы с предикатом «можно» обнаружены почти в 79 млн пользовательских обращений к «Яндекс.Поиску». Из них наиболее весомым вкладом в это число обладает модификация модели «можно ли» – почти 30 млн запросов. Изучим синтаксические ветвления данной модели. Все расширительные модификации представлены в порядке убывания количества поисковых запросов.

**1. Можно ли после** – интереснейший лидер в этом ветвлении модели (около 1 млн 200 тыс. запросов). Даже в отсутствие дальнейших конкретизаторов пропозиции она угадывается как постсобытийная в ее отсылке к предшествующим процессу или ситуации. В связи с этим интересно отметить, что в настоящее время некоторые авторы считают постсобытийность основанием для выделения особого вида сетевого дискурса, касающегося обсуждения освещаемых в СМИ событий [Павлова, Гребенщикова, Афиногенова, 2020]. Перечислим синтаксические ветвления модели, отличающиеся наиболее эксплицированным и интерпретируемым характером.

**1.1. Можно ли пить после** (*можно ли пить алкоголь после, можно ли пить после удаления..., можно ли пить воду после..., можно ли пить пиво после..., можно ли пить таблетки после... и др.*).

Как мы видим, само предшествующее событие отступает на второй план, открывая в частотности ветвлений яркую тенденцию на преобладание двух сфер: условно развлекательной (*алкоголь, пиво*) и условно медико-профилактической (*удаления, воду, таблетки*), связанной с заботой о здоровье. За перемежением этих сфер закономерно предположить и возрастную, и гендерную дифференциацию пользователей.

**1.2. Можно ли после удаления** (*можно ли после удаления желчного пузыря..., можно ли восстановить переписку после удаления..., можно ли после операции удаления..., можно ли восстановить ватсан после удаления... и др.*).

Синтаксические ветвления второй по частотности модели вновь демонстрируют четкое разграничение двух сфер, ставших объектом коммуникативно-познавательных потребностей пользователей: это вновь сфера здоровья с ситуацией, носящей характер постсобытийности оперативного вмешательства, и сфера цифровой коммуникации, в том числе с помощью мессенджера WhatsApp. Последний, как мы видим, приобрел уже привычный носителю русского языка кириллический графический облик, свидетельствующий о нарицательности наименования данного средства обще-

ния. Вновь представляется вполне очевидной возрастная дифференциация продуцентов вышеупомянутых запросов, что, в свою очередь, указывает на количественный паритет и тематическую специализацию каждой социальной группы. С лингвокультурологической точки зрения мы наблюдаем удивительную ценностную эквивалентность события «удаления» органов человека и цифровой переписки. При этом восстановление последней рассматривается в модальности возможности как постсобытийная отмена события. Виртуальное удаление оказывается обратимым и потому весьма значимым, тогда как в случае события удаления органов семантика возможности имеет дело лишь с последствиями.

**1.3. Можно ли делать после** (можно ли делать прививку после..., можно ли делать массаж после..., можно ли делать операцию после..., можно ли после коронавируса делать..., можно ли делать тест после... и др.).

Последний вариант синтаксического ветвления модели поискового запроса эксплицирует глагольный, динамический компонент пропозиции – «делать», который лишь имплицитно угадывался в предыдущем варианте модели. В приведенном списке на первый план выступает возможность активных действий в постсобытийности, связанной с менее радикальными медицинскими манипуляциями и процедурами.

Подводя промежуточный итог, можно сказать, что модальность возможности в поисковых запросах недвусмысленно ориентирована на сферу здоровья адресанта, конструируемую в постсобытийности как потенциально вредных, так и потенциально полезных действий как самого пользователя, так и обобщенных деятелей института медицины. Немаловажен и коммуникативно-познавательный интерес к обратимости события удаления цифровой переписки.

**2. Можно ли будучи** – второе место по количеству запросов. Синтаксические ветвления модели, что примечательно, совершенно отступают от прямых структурно-семантических ассоциаций с данной конструкцией, уходя в сторону модификаторов с компонентами «есть +», например, «есть + после / перед / сыр...». Этот факт возвращает нас к наблюдениям исследователей, отмечающих неоднозначные и сложные семантические связи между лингвистическими моделями поисковых запросов. В этом блоке мы встречаемся с доминированием сферы приема пищи, вновь с некоторым указанием на следование / предшествование.

**3. Можно ли без** – третье место. Примеры синтаксических ветвлений: *можно ли без карты (снять, снять деньги)...*, *можно ли купить без (рецептов, квартиру без, билет без)...*, *можно ли без согласия (выписать, без согласия других, из квартиры, человека без его согласия)...*, *можно ли ребенка без (согласия, прописать, родителей)...*, *можно ли без человека (выписать, без его согласия, снимать, прописать)...*.

Как мы видим, третья по частотности модель акцентирует внимание на пропозициональном отсутствии некоторого косвенного объекта или санкционирующего действия (согласия) объекта каузируемого действия при совершении этого самого социально значимого действия (в рамках финансовой и жилищно-статусной сфер). Судя по всему, данные варианты синтаксического ветвления обращены к модальности возможности совершения действий повышенного аксиологического статуса с учетом познания границ законного в аспекте взаимодействия с другим субъектом.

## **Синтаксические модели необходимости**

Модели, построенные на основе предиката «нужно», составляют около 27 млн поисковых запросов в заданном временнóм интервале.

**1. Нужно ли** – первое место в ряду синтаксических ветвлений.

Наиболее частотные варианты представим в виде уровней синтаксического ветвления:

**1.1. Нужно ли после** (*нужно ли после замены (развал, сход, стоек, шаровых)...*, *нужно ли после года (ребенку, смесь, военный билет после 27 лет, платить алименты после 18 лет)...*, *нужно ли сдавать после (ЕГЭ, после колледжа, экзамены, после лишения)...*, *нужно ли после покупки (заряжать аккумулятор, покупки автомобиля, пересаживать орхидею, пересаживать гиацинт)...*, *нужно ли после удаления (зуба, пить антибиотики, катализатора – прошивать...)*).

Вновь обнаруживаем коммуникативно-познавательные потребности пользователей в отношении совершения постсобытийных действий (*после*), на этот раз – в модальности необходимости. Сфера и тематику можно, как нам представляется, дифференцировать на основе сосуществования техногенного и биосоциального аспектов с более или менее выраженной гендерной и возрастной вариациями.

**1.2. Нужно ли + (в год)** как обобщенная модель упоминания лексем *год, годы, лет: нужен ли техосмотр в 2022 году..., нужно ли в 2021 году..., нужно ли в 3 года..., нужен ли техосмотр автомобиля в 2022 году..., нужно ли ребенку в год...*

Техногенная сфера демонстрирует неоспоримое лидерство автомобиля, а среди биосоциальной тематики ярко выделяется необходимость заботы о детях.

**1.3. Нужно ли платить:** *нужно ли платить налог..., нужно ли платить налог с продажи..., нужно ли платить госпошлину..., нужно ли платить с продажи квартиры..., нужно ли платить налог с продажи квартиры...*

В третьем по частотности блоке модальность необходимости направляет пользователей к финансовым действиям, сопровождающим социально значимое действие.

**2. Какие нужны –** второе место.

**2.1. Какие документы нужны:** *какие документы нужны для получения..., какие документы нужны для оформления..., какие документы нужны для ребенка..., мфц какие документы нужны..., какие документы нужны для пособия...*

В данном блоке синтаксических ветвлений доминирует сфера оформления документов. Среди упоминаемых биосоциальных ролей вновь назван *ребенок*.

**2.2. Какие нужно сдать:** *какие анализы нужно сдать..., какие предметы нужно сдавать..., какие предметы нужно сдавать после..., какие экзамены нужно сдавать..., какие предметы нужно сдавать после 9 (класса)...*

Очередной блок поисковых запросов в модальности необходимости демонстрирует четкую тематическую принадлежность к сфере медицины и по большей части – школьного образования.

**3. Сколько нужно –** третье место.

**3.1. Сколько времени нужно:** *сколько времени нужно после..., сколько времени нужно держать..., сколько по времени нужно варить..., сколько времени нужно пить..., через сколько времени нужно (после / менять / делать / кормить)...*

Рассматривая первый блок синтаксических ветвлений данной модели, можно выделить ключевую пропозициональную роль понятия «времени», представленного в количественно-измерительном аспекте. И вновь в первом варианте прослеживается семантика постсобытийности.

**3.2. Сколько нужно + (1) – обобщенная модель с упоминанием единицы измерения:** *сколько нужно на 1 литр..., сколько*

*нужно воды на 1..., сколько нужно на 1,5..., сколько нужно соли на 1..., сколько нужно молока на 1...*

Второй блок вариантов модели необходимости сосредоточен на пропозициях, отражающих количественно-измерительный аспект употребления человеком тех или иных веществ. Наиболее важными оказываются вода, соль, молоко.

**3.3. Сколько раз нужно:** *сколько раз в неделю нужно..., сколько раз нужно кормить..., сколько раз нужно делать..., сколько раз в год нужно..., сколько раз в день нужно кормить...*

Наконец, третий по частотности блок запросов выражает в модальности необходимости пропозициональную семантику периодичности совершения жизненно важных действий (очевидно выделяется глагол «кормить»).

Выходя на некоторые обобщения, стоит отметить, что синтаксические запросы в модальности необходимости четко поляризуют биосоциальные и техногенные факторы экстралингвистического существования пользователей. Доминируют модели обращения к самому наличию необходимости – *нужно ли*, к конкретизации объекта необходимости – *какие нужны* (с упоминанием документов и социально значимых действий в сфере здравоохранения и образования), к пропозициям с количественно-измерительной семантикой – *сколько нужно* (время протекания жизненно важных процессов, дозировка веществ, периодичность выполнения жизненно важных действий, например *кормить*).

## **Синтаксические модели долженствования**

Поисковые запросы, сформулированные с помощью предиката «должен», упоминаются в статистике Яндекса в количестве 12 млн.

**1. Бывший должен** – первое место (должна – выдает те же результаты). Впервые модель, заявляемая в качестве исходной для дальнейших ветвлений, теряет всякую связь с ними как в синтаксическом, так и в ассоциативном планах.

Перечислим обнаруженные варианты, демонстрирующие некоторую общность пропозиций, выраждающих семантику существования определенных эталонов: *должен быть (какой должен быть (год / температура / человек / ребенок / документы)...*, *сколько должен быть (лет / есть ребенок / дней / есть месяца / человек есть)...*, *1 должен быть (цифра / ответ / вариант)...*,

человек должен быть (каким / взрослый / пульс у человека)..., должны ли быть (какие / обязательно ли / ребенок / договор / включен)...

**2. Будете должны** – второе место с теми же результатами при развертывании модели, что и в первом случае.

**3. Какой должен быть** – третье место с ветвлениеми первой модели. Подробнее: *год* – каким должен быть человек *года*..., какой должен быть *2022 год*..., каким должен быть *ребенок в год*...; **температура** – какая должна быть *температура воды*..., какая *температура должна быть в холодильнике*..., какая *температура должна быть в инкубаторе*...; **человек** – каким должен быть *пульс у человека*..., каким должен быть *взрослый человек*..., каким должен быть *человек года*...; **ребенок** – каким должен быть *ребенок в год*..., *месяц*, *ребенок* какой должен быть..., каким *вес должен быть у ребенка*...; **документы** – какие *документы должны быть в организации*..., какие *документы должны быть у собственника*..., какие *документы должны быть при покупке*...

Самая сложная и пересеченная внутренними структурно-семантическими связями сеть поисковых запросов наблюдается в части выражения модальности долженствования. Пропозиции данной синтаксической модели и ее вариантов сфокусированы как на обобщенных социальных эталонах (*человек года*), так и на бытовых нормах (*температура в холодильнике*). В экспликации биосоциальных ролей вновь доминирует упоминание о детях.

## Заключение

Подводя итоги, правомерно остановиться на нескольких моментах:

1) синтаксические модели с модальными предикатами занимают значительное место среди поисковых запросов, что, безусловно, снимает однозначное доминирование номинативности – в совокупности конструкции возможности, необходимости, долженствования составляют более 100 млн запросов в месяц;

2) частотность синтаксических моделей поисковых запросов с модальными предикатами убывает в следующем порядке: возможность, необходимость, долженствование;

3) для моделей, выражающих модальность возможности и необходимости, преобладающими являются варианты с частицей «ли», выражающие проверку пользователем собственных знаний о мире;

4) модели, выражающие модальность долженствования, отличаются на фоне модальности возможности и модальности необходимости диффузной структурой синтаксических ветвлений и выражают не проверку, а собственно запрос о получении знания об эталоне – *каким должен быть*;

5) поисковые запросы, построенные на основе синтаксических моделей с модальными предикатами, преимущественно отражают пропозицию проверки возможности / необходимости жизненно важного действия в аспекте постсобытийности, следования запроса-реакции на уже произошедшее;

6) в поисковых запросах, построенных на основе синтаксических моделей с модальными предикатами, преимущественно упоминаются такие сферы, как здоровье, образование, социальные обмены, транспорт, чаще всего упоминаемой социальной ролью оказывается «ребенок», что демонстрирует важность поисковых запросов для процесса воспитания и отражено в коммуникативно-познавательных потребностях русскоязычных пользователей.

Безусловно, исследование не претендует на окончательные выводы по теме, которая требует дальнейшего внимательного изучения лингвистикой развития цифровой коммуникации в части поисковых запросов на проверку и получение социально значимых знаний.

## Список литературы

*Апреликова Н.Р.* Познавательные потребности как предмет психологического исследования // Гуманизация образования. – 2020. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/poznavatelnye-potrebnosti-kak-predmet-psihologicheskogo-issledovaniya> (дата обращения: 29.07.2022).

Индекс положения русского языка в мире: индекс глобальной конкурентоспособности (ГК-Индекс), индекс устойчивости в странах постсоветского пространства (УС-Индекс). – Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2022. – Вып. 2 / сост. А. Л. Арефьев, А.Р. Голубь, С.Ю. Камышева, И.А. Маев, А.И. Ольховская, М.А. Осадчий, М.Н. Русланова, А.С. Хехтель ; под ред. М.А. Осадчего. – 60 с. – URL: [https://www.pushkin.institute/news/index\\_2022.pdf](https://www.pushkin.institute/news/index_2022.pdf) (дата обращения: 29.07.2022).

*Морослин П.В.* Ключевые слова на русском языке в системах поиска информации в Интернете (опыт семантического и культурологического анализа) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2009. – № 2. – С. 16–21.

- Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А., Афиногенова В.А. Интенциональное пространство постсобытийного дискурса на различных интернет-площадках // Психологический журнал. – 2020. – Т. 41, № 3. – С. 78–91.
- Распопина Е.Ю. Концептуальная систематика речевых и когнитивных стратегий формулировки поисковых запросов в интернет-дискурсе // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2011. – № 4. – С. 121–128.
- Шипицина Л.Ю. Поисковый запрос как жанр интернет-коммуникации // Человек в информационном пространстве : сборник научных трудов, Ярославль, 14–16 ноября 2013 года. – Ярославль : Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2013. – С. 442–450.

## References

- Aprelikova, N.R. (2020, June). Poznativatel'nye potrebnosti kak predmet psihologicheskogo issledovaniya. *Gumanizaciya obrazovaniya*, 3. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/poznativatelnye-potrebnosti-kak-predmet-psihologicheskogo-issledovaniya>
- Aref'ev, A.L., Golub, A.R., Kamysheva, S.Yu., Maev, I.A., Olhovskaya, A.I., Osadchij, M.A., Ruseckaya, M.N., Hehtel', A.S. (2022). *Indeks polozheniya russkogo jazyka v mire: indeks global'noj konkurentospособности (GK-Indeks), indeks ustochivosti v stranakh postsovetskogo prostranstva (US-Indeks)* (Vypusk 2). Retrieved from: [https://www.pushkin.institute/news/index\\_2022.pdf](https://www.pushkin.institute/news/index_2022.pdf)
- Moroslin, P.V. (2009). Klyuchevye slova na russkom jazyke v sistemakh poiska informacii v Internete (opryt semanticeskogo i kul'turologicheskogo analiza). *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Russkij i inostrannyye jazyki i metodika ikh prepodavaniya*, 2, 16–21.
- Pavlova, N.D., Grebenschikova, T.A., Afinogenova, V.A. (2020). Intencional'noe prostranstvo postsobytijnogo diskursa na razlichnykh internet-ploshchadkakh. *Psichologicheskiy zhurnal*, 41(3), 78–91.
- Raspopina, E.Yu. (2011). Konceptual'naya sistematika rechevykh i kognitivnykh strategij formulirovki poiskovykh zaprosov v internet-diskurse. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 4, 121–128.
- Shchipicina, L.Yu. (2013). Poiskovyyj zapros kak zhanr internet-kommunikacii. In: *Chelovek v informacionnom prostranstve: sbornik nauchnykh trudov*. (pp. 442–450). Yaroslavl': Yaroslavskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet im. K.D. Ushinskogo.

Северина Е.А.

**Воплощение базовой ценности «семья»  
средствами массовой информации  
в современной Германии\***

*Московский государственный лингвистический университет,  
Россия, Москва, ratriniada@mail.ru*

*Аннотация.* Статья посвящена вопросу воздействия медиаиндустрии на трансформацию социокультурных ценностей подростковой и молодой аудитории в условиях современного немецкоязычного общества. В новой информационно-культурной среде циркулирует колоссальный поток информации, способствующий изменению ценностных ориентаций, установок и поведенческих норм у молодого поколения. Автор статьи подчеркивает, что в сегодняшнем информационном обществе СМИ являются одними из важнейших каналов гендерно-ролевой социализации молодежи. Это приводит к тому, что медиаконтент, тиражируемый современной немецкоязычной прессой, способствует модернизации традиционных ценностей семьи и родительства. Реализуемые социальные медиапроекты, поддерживающиеся органами власти, с привлечением СМИ, направлены на популяризацию базовой ценности «семья» в молодежной среде. Кроме того, автор статьи приводит статистические выкладки для верификации представленных в статье выводов и лингвистический анализ аутентичного языкового материала.

*Ключевые слова:* базовые ценности; семейные ценности; родительство; массмедиа; СМИ; социальный медиапроект; молодежь.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

---

\* © Северина Е.А., 2022

Severina E.A.

## The embodiment of the basic value «family» by the media in modern Germany<sup>\*</sup>

*Moscow State Linguistic University,  
Russia, Moscow, ratriniada@mail.ru*

*Abstract.* The paper looks at the impact of the media industry on the transformation of socio-cultural values of teenagers and youngsters in present-day German-speaking society. The information-centered and cultural society is swept by, a colossal flow of information, which contributes to a change in value orientations, attitudes and behavioral norms among the younger generation. The paper emphasizes that as of today, mass media are among the most important channels for gender-role socialization of young people. As a result, media content replicated by the modern German-language media contributes to modernization of the traditional values of the family and parenthood. The ongoing social media projects supported by the authorities, with the involvement of the media, are aimed at popularizing the basic value of «family» among the young. The paper features statistics to verify the findings and linguistic analysis of authentic language material.

*Keywords:* basic values; family values; parenthood; mass media; media; social media project; youth.

Received: 17.04.2022

Accepted: 16.08.2022

### Введение

Динамичное развитие культурных процессов способствует модернизации базовых ценностей лингвосоциума. Весомая роль в процессе формирования социокультурных ценностей отводится СМИ. В условиях современного информационного общества масс-медиа транслируют общие модели социального устройства в определенном ключе, структурируя подобным образом готовые поведенческие шаблоны. Наиболее уязвимым слоем общества, который в высшей степени подвергается влиянию медиасистем, является молодое поколение.

---

<sup>\*</sup> © Severina E.A., 2022

В нашем исследовании мы рассматриваем воздействие новостной индустрии на так называемое «поколение Ъ» [Каменский, 2019, с. 10], т.е. на молодых людей, которые родились с 1996 по 2009 г. Зарубежные ученые обозначают данную группу как «Generation Z» [Wunderlin, 2021, S. 70], ее также характеризуют как «Digital Natives» [там же], что означает цифровое поколение, живущее в виртуальном пространстве. Для представителей данного поколения характерно умение работать с большим объемом информации, быстро развиваться и справляться одновременно с несколькими делами.

Современные молодые люди взрослеют вместе с информационными технологиями. Они привыкли полагаться во многом на материал, полученный из Интернета и убеждены, что необходимые сведения всегда смогут найти во всемирной сети, поэтому зачастую невнимательны при запоминании новых знаний [Каменский, 2019, с. 10]. Подобная убежденность наряду с незавершенным процессом формирования критического мышления у представителей данной возрастной группы способствует проникновению СМИ во все сферы жизнедеятельности современного молодого поколения, предоставляя уже обработанный контент: «*Medien geben aufbereitete Inhalte*» [Sauer, 2015, S. 1] (*СМИ предоставляют обработанный контент*). Таким образом, значение социальных и цифровых средств массовой информации играют большую роль в формировании идентичности представителей поколения Ъ и определения их базовых ценностей.

## **Методы исследования, материал и основные положения**

Лингвистическая интерпретация базовых понятий требует комплексного подхода. При обобщении данных использовался описательный метод, необходимый для изучения взаимодействия культурных ориентиров и их языкового воплощения в текстах современной немецкой публицистики. Вместе с тем немаловажная роль уделяется контекстуальному анализу.

Анализ отчетов Федерального министерства по делам семьи, пожилых граждан, женщин и молодежи Германии (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)) за 2016 и 2017 гг., посвященных развитию традиционной семьи и родительства в Германии и находящиеся в свободном доступе, выявил общерегиональ-

ное значение вопроса становления ценностных ориентаций у молодого поколения. В перечень источников информации включили социальный медиапроект «Bauer sucht Frau» (ср. рус.: «Фермер ищет жену»). Материалом исследования послужили современные немецкоязычные газетные издания «der Spiegel», «Stern», «Bild» и «Bunte.de», сопровождавшие проект «Bauer sucht Frau» и транслирующие через определенные лексико-семантические конструкции положительный образ семьи и родительства. Для верификации полученных результатов использовались статистические данные, демонстрирующие высокую заинтересованность подростковой и молодой аудитории в современной немецкой прессе.

В рамках нашего исследования для дальнейшего изучения поставленных вопросов необходимо уточнить основные понятия. Базовые (общечеловеческие, социокультурные) ценности являются совокупностью жизненных установок, которые обуславливают вектор поведения членов этноса. Они считаются важными для данного народа, так как «определяют выбор как индивидуальных, так и групповых целей» [Kluckhohn, 1951, р. 395].

Понятие «базовая ценность» является «междисциплинарным» [Хлопова, 2020, с. 92]. Анализ специфических ценностей, ориентаций, идеалов и норм поведения является объектом рассмотрения разных областей научного знания. Как отмечает С.О. Елишев, в изучении ценностных ориентаций выделяют несколько направлений: натуралистический психологизм, трансцендентализм, социологизм, культурно-исторический релятивизм, персоналистический онтологизм [Елишев, 2011, с. 93].

В нашем исследовании мы остановимся на «социолингвопсихологическом аспекте» [Ценностные предпочтения ..., 2016, с. 63] рассмотрения роли современных печатных СМИ Германии в популяризации традиционных ценностей семьи и родительства. Под социолингвопсихологической парадигмой мы понимаем процесс коммуникации, посредством которого индивиды или сложно организованные социальные субъекты оказывают воздействие, «вызывая ряд когнитивных, эмоциональных и поведенческих эффектов» [Berger, 1987, р. 485]. О духовности конкретного этноса, а также о «востребованности выразительного потенциала языка в характеристике этой духовности» [Демьянков, 1999, с. 45] можно судить по лексической семантике художественной литературы, публистики и медийных текстов.

Комплексный анализ медиатекстов позволяет сделать вывод, что медиапортрет «семьи» последнего десятилетия в Германии

является разносторонним и многогранным. Социолингвопсихологическая составляющая языка средств массовой информации моделирует метафорический образ «семьи» в разных аспектах. В свете вышесказанного нам представляется интересным исследование лексических единиц и лексических связей в немецкязычных публицистических текстах, поддерживающих социальный медиапроект «Bauer sucht Frau», направленный на раскрытие и популяризацию темы семьи.

## **Результаты исследования и их обсуждение**

### *Концепция государственной семейной политики в Германии*

Общечеловеческая ценность «семья», как и «вся система социальных ценностей» [Казакова, 2012, с. 199] претерпела существенные изменения в современном информационном обществе. Отчасти это связано с ускорением темпа культурных перемен и изменением значения семьи в обществе. Однако семья по-прежнему выполняет роль первичного социального институционализируемого жизненного уклада, передающегося из поколения в поколение и организующего психологические, нравственно-этические, религиозные нормы поведения современной молодежи.

Федеральное министерство по делам семьи, пожилых граждан, женщин и молодежи Германии определяет проблему трансформации семейных ценностей у молодых людей как одну из наиболее приоритетных. В связи с этим министерство предлагает различные федеральные программы по развитию и поддержанию института семьи в Германии. Достижения этих федеральных программ подтверждают результаты опроса «Zukunftsreportes Familie 2030», опубликованные в ежегодном докладе Федерального министерства по делам семьи, пожилых граждан, женщин и молодежи в 2016 г., которые указывают на то, что значение семьи для данной этносоциально-демографической группы растет по сравнению с предыдущими годами [Berth, 2017, S. 8].

Также в 2016–2017 учебном году проводился опрос среди 5000 студентов из 25 вузов Германии, организованный Федеральным министерством образования и науки (Bundesministerium für Forschung und Bildung (BMBF)), который показал, что круг семьи и друзей имеет ключевое значение для респондентов [DW, 2017]. В то время как традиционно высокий интерес к политике среди

немецкой молодежи значительно снизился по сравнению с предыдущими десятилетиями (с 45% в 2001 г. до 32% на момент проведения опроса [BMBF, 2017, р. 22]).

Ориентированная на будущее семейная политика должна также учитывать изменяющиеся обстоятельства, пожелания и потребности молодого поколения. В связи с этим Федеральное министерство по делам семьи, пожилых граждан, женщин и молодежи считает опору на СМИ одной из первостепенных задач в формировании базовых ценностей молодежи [Berth, 2017, S. 15].

Развитие и укрепление конкретных ценностных ориентаций является «объектом воспитания и целенаправленного воздействия» [Ростовская, 2015, с. 144] в отдельном лингвосоциуме. Ввиду того, что представители нынешнего молодого поколения имеют свободный доступ к различной информации, как негативной, так и позитивной, перед СМИ поставлены определенные задачи в создании социокультурного образа семьи и родительства. В то же время, созданная информационная реальность ограничивает «способность самостоятельного анализа и принятия решений» [Скворцов, 2019, с. 213], что определяет важность воспитательной функции сегодняшней журналистики.

Основной задачей массмедиа является сбор, обработка, анализ и транслирование новостного материала [Богомолова, 2008, с. 53]. Расставленные акценты при массовом распространении информации способствуют формированию и трансформации представлений об окружающей действительности. Таким образом, СМИ создают определенное общественное мнение по тем или иным вопросам. На сегодняшний день актуальным становится анализ роли СМИ в выстраивании конкретного отношения к традиционной семье и родительству у так называемого «поколения Ъ». В связи с этим возникает вопрос, насколько популярна печатная пресса среди молодежи, чтобы оказывать весомое воздействие на данную социокультурную группу.

Для ответа на поставленные вопросы мы рассмотрим популярный социальный медиапроект в Германии, посвященный теме семьи и родительства, «Bauer sucht Frau», также такие электронные газетные издания, как «der Spiegel», «Stern», «Bild» и «Bunte.de», которые имеют значительную поддержку среди читателей, интересующего нас возраста.

## *Выражение традиционной ценности «семья» в социальном медиапроекте «Bauer sucht Frau»*

Проект «Bauer sucht Frau» направлен на популяризацию традиционных семейных ценностей и родительства. Его задачей является влияние на реципиента на эмоциональном уровне, меняя критическое отношение к вопросам семьи и «подталкивая к определенным социально значимым действиям» [Карпова, Евдокимов, 2020, с. 84]. Проект стартовал в 2005 г. и имеет высокий рейтинг до сих пор. Его показывают на немецком телеканале *RTL* и на австрийском – *ATV*. Суть проекта отражена в его названии – немецкие фермеры ищут себе спутницу жизни. Съемки проекта разбиты на несколько стадий. Вначале снимают пилотную версию, где в каждом эпизоде повествуется об одном из будущих героев передачи – фермере. Понравившемуся фермеру зрительницы проекта могут написать письмо. Из полученных заявок фермер обычно выбирает двух претенденток, которые встречаются с ним на «камбарной вечеринке» (ср. нем.: «Scheunenfest»), чтобы лучше узнать друг друга. После знакомства фермер приглашает одну или обеих участниц программы к себе на ферму, где им предстоит удивить хозяина фермы своими умениями и навыками в сельхозработе. По итогам недели герой программы должен определиться со своим решением. Последний этап проекта – это финальное шоу, показывающее сложились ли в итоге стабильные отношения у этой пары и намечается ли у них свадьба.

Данный социальный проект получил широкое освещение в СМИ и регулярно поддерживался медиатекстами в таких изданиях, как «der Spiegel», «Stern», «Bild» и «Bunte.de».

Следует отметить, что телепопулярность и узнаваемость передачи способствует росту интереса у подростковой и молодой аудитории непосредственно к теме супружества, а также к электронным газетным изданиям, которые сопровождали выпуски программы информационными заметками. Об этом свидетельствует опрос, проведенный независимой организацией ZMG<sup>1</sup> в 2016 г. [Rother, 2017]. В опросе участвовали несколько целевых возрастных групп: от 14 до 29 лет; от 30 до 49 лет; от 50 лет и старше. 62,3% респондентов ежемесячно читают печатную прессу, в то

---

<sup>1</sup> ZMG – это крупное общество исследования газетного рынка немецких газет, которое занимается помимо прочего исследованием целевых групп и рынков сбыта.

время как 86,3% заявили, что в течение месяца получают новости как из электронной, так и из печатной прессы.

Периодические издания используют различные информационные каналы, чтобы привлечь молодежную аудиторию: это могут быть приложение для iPad, ePaper, мобильное приложение или различные онлайн-издания. Следует, однако, учитывать, что не все статистические подсчеты учитывают мультимедийные технологии, которыми пользуются современные газетные издания. Как показывают опросы, проведенные ZMG [Rother, 2017] в 2016 г., представители поколения «Digital Natives» по-прежнему активно интересуются периодической прессой, причем это справедливо как для девушек, так и для юношей. 90% респондентов в возрасте 14–29 лет обращаются как к бумажной, так и к электронной прессе (рис.), в то время как строго печатной прессой пользовались в 2016 г. лишь 39%. Существенный прирост новых читателей в данной возрастной группе (на 7,3 млн человек) произошел за счет новых цифровых возможностей (+ 130%).

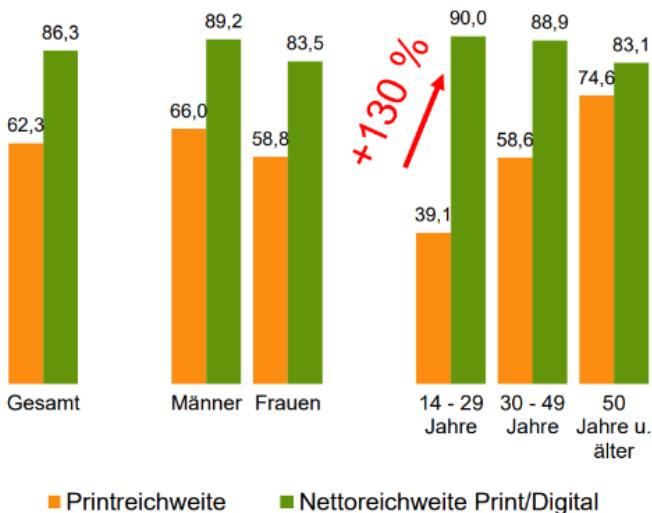


Рис. Доля респондентов разных возрастных групп, читающих только (а) печатную прессу; (б) как печатную, так и электронную прессу за 2016 г.

Наше предположение о заинтересованности молодого поколения как в печатной, так и в электронной прессе подтверждается статистическими данными за 2021 г., представленными Федеральной

ассоциацией цифровых издателей и издателей газет (Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger) [BDZV, 2022], утверждающей, что 57,5 млн немцев с 14 лет регулярно читают как бумажные, так и электронные издания, что составляет 81,5% от общего объема населения.

### *Лингвистический подход в исследовании базовой ценности «семья» на языковом материале*

Согласно немецкому толковому словарю «Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache» [DWDS], общественно значимое содержание базовой ценности «семья» в немецком языковом сознании раскрывается через такие понятия, как «Familienförderung, Familiengericht, Familiengesetz, Familiengründung, Familienminister, Familienplanung, Familienpolitik» (ср. рус.: поддержка семьи, семейный суд, семейное право, формирование семьи, семейный министр, планирование семьи, семейная политика). Семья трактуется как узкий родственный круг (eine engere Verwandtschaftsgruppe), который основан на партнерстве, браке или общности происхождения (Eine Familie ist soziologisch eine durch Partnerschaft, Heirat oder Abstammung begründete Lebensgemeinschaft) [там же].

Лексема «семья» репрезентирована в виде трех пересекающихся семантических полей: (а) родственные отношения – «ближнее / дальнее родство», «кровное / некровное родство»; (б) брачные отношения – «брак», «невеста / жених», «жена / муж»; (в) родительские отношения – «родители / дети», «мать / отец», «другие члены семьи». Лексико-семантический анализ эмпирического материала позволяет «описать понятийную составляющую» [Казакова, 2012, с. 197] базовой ценности «семья» и проанализировать семантические поля лексемы «семья».

Как было упомянуто выше лексическим материалом послужили медиатексты общерегиональных газетных изданий «*der Spiegel*», «*Stern*», «*Bild*» и «*Bunte.de*». В статьях проявляются семейные традиции, создается положительный портрет социального института семьи в разных аспектах, что способствует у молодежной аудитории популяризации ценности семьи.

Для рассмотрения семантического поля «семейного родства» проанализируем заметку-заявку в газете «*Stern*» одного из фермеров-претендентов для съемки в передаче «*Bauer sucht Frau*»: «*Patrick*

*aus Baden-Württemberg. Der 24-Jährige studiert zurzeit Wirtschaftsin- genieurwesen und arbeitet nebenbei im Familienbetrieb. Das eine ist Beruf – das andere Berufung!, sagt er über seine Leidenschaft für die Landwirtschaft. Seine Familie besitzt 35 Schottische Hochandrinder und 35 Hektar Grünland. In seiner Freizeit geht Patrick jagen, spielt Akkordeon und Schlagzeug und tanzt zur Karnevalszeit im Männerballett»* [RTL+, 2020] (Патрик из Баден-Вюртемберга. Ему 24 года, сейчас он изучает промышленную инженерию, а также работает на семейном предприятии. «Одно дело – профессия, другое – призвание!», – говорит он о своей страсти к сельскому хозяйству. Его семье принадлежит 35 коров хайлендской породы и 35 гектаров пастбищ. В свободное время Патрик ходит на охоту, играет на аккордеоне и барабанах, а во время карнавала танцует в мужском балете)<sup>1</sup>.

Данная заметка является своего рода портфолио героя будущей передачи, в ней журналист описывает молодого фермера, для которого родственные отношения имеют большое значение. Это раскрывается путем применения лексических единиц «Familienbetrieb» (семейное предприятие), «seine Familie besitzt Hochandrinder» (его семья владеет коровами хайлендской породы), что показывает важность семейных ценностей в его семье и преемственность во владении семейной фермой и в работе на ней. Достойный и разносторонний образ личности молодого человека вырисовывается при помощи описания различных его увлечений: *«In seiner Freizeit geht Patrick jagen, spielt Akkordeon und Schlagzeug und tanzt zur Karnevalszeit im Männerballett»* (В свободное время Патрик ходит на охоту, играет на аккордеоне и барабанах, а во время карнавала танцует в мужском балете). Характер фермера с хорошей стороны раскрывается также через его личную установку в отношении работы на семейной ферме: *«Das eine ist Beruf – das andere Berufung!»* (Одно дело – профессия, другое – призвание). Собирательный образ молодого фермера на эмоциональном уровне оставляет приятное впечатление и помогает реципиенту сделать вывод о том, что положительные личностные качества молодого человека являются плодом воспитания в его семье, и что семейное окружение имеет большое значение в формировании его социокультурных ценностей.

Семантическое поле «брачные отношения» проявляется в следующих двух медиатекстах. В газете «Bild» представлена пара (Мартина и Готтфрида), которые познакомились на телепроекте «Bauer sucht Frau»: *«Martina und Gottfried lernten sich 2014 bei*

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод с немецкого языка на русский наш. – E. C.

*“Bauer sucht Frau” kennen, verliebten sich Hals über Kopf. <...> Bei der gemeinsamen Hofwoche stellten sie fest: Die Chemie stimmt. Seitdem waren der Bio-Bauer und die Tierarzthelferin unzertrennlich. Voller Freude zog Martina auf Gotfrieds Hof, der in ihr seine Seelenverwandte fand»* [Bild, 2022] (Мартина и Готфрид встретились в 2014 году на программе «Bauersucht Frau» и полюбили друг друга. <...> Во время совместно проведенной недели на ферме они поняли, что возникшая между ними химия, переросла в сильные чувства. С тех пор органический фермер и помощник ветеринара неразлучны. Полная радости, Мартина переехала на ферму Готфрида, который нашел в Мартине свою вторую половинку).

Популяризация образа семьи на эмоциональном уровне в данном отрывке осуществляется за счет акцентирования на одной из самых существенных составляющих супружеской жизни, а именно – духовной близости между партнерами. С самого начала Мартина и Готфрид почувствовали к друг другу симпатию, которая быстро переросла в сильную влюбленность: *«sie verliebten sich Hals über Kopf»* (они влюбились по уши). Однако журналист подчеркивает, что между супругами возникла не только «химия» (*die Chemie stimmt*), но что еще важнее, они нашли друг в друге родственную душу. Их духовная близость возникла на общности профессиональных интересов: Готфрид – экофермер, а Мартина – помощница ветеринара (*der Bio-Bauer und die Tierarzthelferin*).

Следующий отрывок статьи «Gefühlswallungen am Arsch der Welt», который также раскрывает семантическое поле «брачные отношения», представлен в газете «der Spiegel»: *«Der „muntere Milchbauer“ Gerhard aus dem Schwarzwald empfängt die angenehm schüchterne „junge Altenpflegerin“ Monique aus Thüringen. Sie lacht viel und findet's natürlich „total idyllisch“, wobei ihr sofort Gerhards Schwester freundlich ins Wort fällt: „Man könnt auch sagen, wir wohnen am Arsch der Welt“. Nette Familie, wirklich. Auf Moniques Bett warten Rosen»* [Frank, 2011] («“Веселый молочник” Герхард из Шварцвальда принимает у себя скромную “молодую сиделку” Моник из Тюрингии. Она много смеется и, конечно же, находит такую жизнь “совершенно идиллической”. Сестра Герхарда однако сразу же ее дружелюбно прерывает: “Можно также сказать, что мы живем на краю света”. На самом деле хорошая семья. Кровать Моник украшена розами»).

В данном фрагменте представлена сложившаяся на проекте «Bauer sucht Frau» пара Герхарда и Моники. В тексте прослеживается положительный образ семьи, который складывается на лекси-

ческом уровне при помощи эпитетов с существительным «семья»: «nette Familie» (милая семья). Популяризация темы брачных отношений демонстрируется в медиатексте за счет описания жизни семьи с положительной стороны, что оказывает воздействие на эмоциональном уровне. Так, подчеркивается, что женщина в этих отношениях много смеется и находит свою жизнь совершенно идиллической: «Sie lacht viel und findet's natürlich "total idyllisch"». Помимо этого, из данного отрывка можно судить о трогательном и романтическом отношении Герхарда к своей супруге. Он решил устроить ей сюрприз и украсить кровать розами (Auf Moniques Bett warten Rosen).

Интересным является отрывок статьи «Ihre Mutterliebe geht unter die Haut: Sie widmet Leon ein Tattoo», опубликованный в газете «Bunte.de», раскрывающий семантическое поле «родительские отношения»: «Im Januar konnten sich die "Bauer sucht Frau" – Stars Anna (31) und Gerald Heiser (36) über ihren ersten Familienzuwachs freuen. Söhnchen Leon kam auf die Welt und machte das Paar zu glücklichen Eltern. "3180 Gramm pure Liebe. Uns geht es gut und wir sind unendlich dankbar für das größte Wunder der Welt", schrieb die Mutter damals auf Instagram<sup>1</sup>. Natürlich ist der kleine Leon noch immer der Mittelpunkt der Familie. Und seine Mutter ist so vernarrt in den Nachwuchs, dass sie sich seinen Namen sogar tätowieren ließ» [BUNTE.de Redaktion, 2021] («В январе звезды программы “Bauer-sucht Frau” Анна (31 год) и Джеральд Хайзер (36 лет) радовались появлению на свет первенца. Родился сын Леон и превратил пару в счастливых родителей. “3180 граммов чистой любви, у нас все хорошо, и мы бесконечно благодарны за величайшее чудо в мире”, – написала тогда молодая мама в Instagram. Конечно, маленький Леон в семье на первом месте. Его мама в приливе чувств к малышу даже сделала себе татуировку с его именем»).

В данном отрывке журналист повествует о радостном событии у сложившейся на проекте пары – Анны и Геральда Хайзера – рождении первенца. В тексте приводится много лексических единиц, относящихся к семантическому полю «семья», например: «Familienzuwachs» (прибавление в семье), «Söhnchen» (сыночек), «glückliche Eltern» (счастливые родители), «Familie» (семья), «Mutter» (мать). С позиции эмоционального воздействия на читателя в тексте формируется благоприятный образ традиционной семьи и родительства, за счет темы

<sup>1</sup> Здесь и далее Instagram – продукт компании Meta, признанной на территории России экстремистской организацией.

рождения сына, образа счастливой молодой матери. На лексическом уровне это проявляется через уменьшительно-ласкательные суффиксы, например: «*Söhnchen Leon*» (сыночек Леон), перифраза «*3180 Gramm pure Liebe*» (3180 грамм чистой любви) и др.

## Выводы

Для молодого поколения характерно наличие специфических ценностных ориентаций и идеалов. Влияние СМИ на становление мировоззрения, интересов и взглядов на окружающую действительность у подростковой и молодежной аудитории особенно значимо.

Как показывают различные статистические опросы, СМИ, представленные различными печатными и электронными газетами и журнальными изданиями, по-прежнему пользуются большим спросом как у молодого, так и у более взрослого поколений.

Интерес читательской аудитории к темам традиционной семьи и родительства побуждает массмедиа регулярно включать материалы на семейную тематику в свою повестку. Ориентируясь на интересы широкого круга читателей, журналист подбирает злободневные темы для общественности, вызывающие наибольший резонанс. Однако это двусторонний процесс, так как внимание аудитории к той или иной тематике определяет журналистский выбор последующего материала. Таким образом, повестка дня СМИ также формирует критерии оценки тех или иных общественно значимых вопросов.

Кроме того, СМИ, стимулирующие темы традиционной семьи и родительства, поддерживаются Федеральным министерством по делам семьи, пожилых граждан, женщин и молодежи Германии, что реализуется в социальных медиапроектах, направленных на создание положительного образа семьи.

## Список литературы

- Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. – Москва : Аспект-Пресс, 2008. – 191 с.
- Демьянков В.З. Лингвопсихология // Вопросы лингвистики и лингводидактики на современном этапе : материалы VII научно-практической конференции. – Москва : МАТИ, 1999. – С. 45–51.

- Елишев С.О. Изучение понятий «ценность», «ценностные ориентации» в междисциплинарном аспекте // Ценности и смыслы. – 2011. – № 2(11). – С. 82–96.
- Казакова Н.Ю. Общечеловеческая ценность «семья» в русском и немецком языковом сознании // Вопросы психолингвистики. – 2012. – № 1(15). – С. 194–203.
- Каменский А.М. Школа и родители: традиция, современность, перспектива // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2019. – № 1(219). – С. 6–14.
- Карпова М.К., Евдокимов В.И. Роль социальных медиапроектов в популяризации ценностей традиционной семьи и родительства // Челябинский гуманитарий. – 2020. – № 1(50). – С. 81–87.
- Ростовская Т.К. Роль социальных технологий в формировании семейных ценностей в молодежной среде // Вопросы управления. – 2015. – № 3. – С. 143–148.
- Скворцов Л.В. Кризис категориального толкования конечных целей цивилизационной эволюции // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2019. – № 3(819). – С. 209–217.
- Хлопова А.И. Динамика содержания базовой ценности Arbeit / работа // Вестник ТвГУ. Серия Филология. – 2020. – № 2. – С. 92–100.
- Ценностные предпочтения современной студенческой молодежи в социолингвопсихологическом освещении / Вепрева И.Т., Ицкович М.М., Купина Н.А., Шалина И.В. // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2016. – № 2. – С. 62–73.
- Berger C.R., Chaffee S.H. Handbook of communication science. – London ; New Delhi : Sage Publications, 1987. – 946 p.
- Berth F. Familie als zentraler Ort des Aufwachsens // 15. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Referat Öffentlichkeitsarbeit. – 2017. – S. 8. – URL: <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/115438/d7ed644e1b7fac4f9266191459903c62/15-kinder-und-jugendbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf>
- BMBF. Referat Wissenschaftlicher Nachwuchs, wissenschaftliche Weiterbildung. – Rostock : Bundesministerium für Forschung und Bildung, 2017. – 25 S.
- Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Action // Toward a General Theory of Action. – Cambridge, 1951. – P. 388–433.
- Sauer A. Der Einfluss der Bild-Zeitung auf die Lesermeinung. Meinungsbildung und –manipulation. – 2015. – URL: <https://www.grin.com/document/334992>
- Wunderlin N. Motivationsmodel GenZ – Motivation der Generation Z in der Arbeitswelt // 1. Auflage. WME know and learn. – 2021. – S. 70–93.

## Словари и пресса

- BDZV = 57 Millionen regelmäßige Zeitungsleser // Die Zeitungen. – 2022. – URL: [https://www.bild.de/unterhaltung/tv/bauer-sucht-frau/bauer-sucht-frau-alle-infos-76681004.bild.html](https://www.die-zeitungen.de/argumente/reichweiten.html#:~:text=54%2C7%20Prozent%20lesen%20die,(ma%20Presse%202021%20II) (дата обращения: 24.03.2022).</a></p>
<p>Bild = Zum zweiten Mal verliert er eine große Liebe // Bild. – 2022. – URL: <a href=) (дата обращения: 21.03.2022) (ссылка открывается через VPN).

BUNTE.de Redaktion = Ihre Mutterliebe geht unter die Haut: Sie widmet Leon ein Tattoo // Bunte. – 2021. – URL: <https://www.bunte.de/entertainment/doku-soaps/bauer-sucht-frau/bauer-sucht-frau-star-anna-heiser-sie-widmet-leon-ein-tattoo.html> (дата обращения: 01.04.2022).

DWDS = Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. – 2022. – URL: <https://www.dwds.de/> (дата обращения: 19.03.2022).

DW = Studenten sind zufrieden, aber unpolitisch // Deutsche Welle. – 2017. – URL: <https://learnergerman.dw.com/de/studenten-sind-zufrieden-aber-unpolitisch/a-18027872> (дата обращения: 22.02.2022) (ссылка открывается через VPN).

Frank A. Gefühlswallungen am Arsch der Welt // Der Spiegel. – 2011. – URL: <https://www.spiegel.de/kultur/tv/bauer-sucht-frau-kolumne-gefuehlswallungen-am-arsch-der-welt-a-800464.html> (дата обращения: 29.03.2022).

Rother G. Jugend und Zeitung // die Zeitungsmarktforschung Gesellschaft der deutschen Zeitungen (ZMG) mbH. – 2016. – URL: [https://www.die-zeitungen.de/fileadmin/files/documents/02\\_die-zeitungen.de\\_ab\\_Mai\\_2016/3\\_Argumente/ZMG\\_Jugend\\_und\\_Zeitung\\_112016.pdf](https://www.die-zeitungen.de/fileadmin/files/documents/02_die-zeitungen.de_ab_Mai_2016/3_Argumente/ZMG_Jugend_und_Zeitung_112016.pdf) (дата обращения: 20.03.2022).

RTL+ = Rinderzüchter, Pferdewirt, Geflügelbauer: Das sind die neuen Kandidaten bei «Bauer sucht Frau» // Stern. – 2020. – URL: <https://www.stern.de/kultur/tv/bauer-sucht-frau-startet-bei-rtl--das-sind-die-neuen-kandidaten-9282640.html> (дата обращения: 03.03.2022).

## References

- Bogomolova, N.N. (2008). *Social'naya psihologiya massovoj kommunikacii*. Moscow: Aspekt-press.
- Demyankov, V.Z. (1999). Lingvopsihologiya. In: *Voprosy lingvistiki i lingvodidaktiki na sovremennoem etape* (pp. 45–51). Moscow: MATI.
- Elishev, S.O. (2011). Izuchenie ponyatij «cennost'», «cennostnye orientacii» v mezhdisciplinarnom aspekte. *Tsennosti i smysly*, 2(11), 82–96.
- Kazakova, N.J. (2012). Obshchelovecheskaya cennost' «sem'ya» v russkom i nemekom yazykovom soznanii. *Voprosy psicholinguistiki*, 1(15), 194–203.
- Kamenski, A.M. (2019). Shkola i roditeli: tradiciya, sovremennost', perspektiva. *Vestnik Orenburgskogo oblastnogo universiteta*, 1(219), 6–14.
- Karpova, M.K., Evdokimov, V.I. (2020). Rol' social'nyh mediaproektov v popularyazacii cennostej tradicionnoj sem'i i roditel'stva. *Chelyabinsky Gumanitarij*, 1(50), 81–87.
- Rostovskya, T.K. (2015). Rol' social'nyh tekhnologij v formirovaniu semejnyh cennostej v molodyozhnoj srede. *Voprosy Upravleniya*, 3, 143–148.
- Skvortsov, L.V. (2019). Krizis kategorial'nogo tolkovaniya konechnyh celej civilizacii onnoj evolyucii. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 3(819), 209–217.
- Khlopova, A.I. (2020). Dinamika soderzhaniya bazovoj cennosti Arbeit / rabota. *Herald of Tver State University: Series Philology*, 2, 92–100.
- Vepreva, I.T., Itskovich, M.M., Kupina, N.A., Shalina, I.V. (2016). Cennostnye predpochteniya sovremennoj studencheskoy molodezhi v sociolingvopsihologicheskem osveshchenii. *Issues of Cognitive Linguistics*, 2, 62–73.

- Berger, C.R., Chaffee, S.H. (1987). *Handbook of communication science*. London, New Delhi: Sage Publications.
- Berth, F. (2017). Familie als zentraler Ort des Aufwachsens. *15. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland*. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Referat Öffentlichkeitsarbeit (S. 8). Retrieved from: <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/115438/d7ed644e1b7fac4f9266191459903c62/15-kinder-und-jugendbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf>
- BMBF. (2017). *Referat Wissenschaftlicher Nachwuchs, wissenschaftliche Weiterbildung*. Rostock: Bundesministerium für Forschung und Bildung.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and Value Orientations in the Theory of Action. In: *Toward a General Theory of Action* (pp. 388–433). Cambridge.
- Sauer, A. (2015). *Der Einfluss der Bild-Zeitung auf die Lesermeinung. Meinungsbildung und Manipulation*. BA Medien- und Evenmanagement. Retrieved from: <https://www.grin.com/document/334992>
- Wunderlin, N. (2021). Motivationsmodel GenZ – Motivation der Generation Z in der Arbeitswelt. *Auflage*. WME know and learn, 1, 70–93.

## **Информация для авторов**

Научный журнал «Этнопсихолингвистика» – это периодическое рецензируемое сетевое научное издание ИНИОН РАН.

Журнал учрежден в 2017 году. С 2021 года выходит четыре раза в год. Электронный адрес журнала в сети Интернет: <http://epl-inion.org>

Журнал индексируется в РИНЦ.

Полнотекстовый архив журнала размещается на платформе Научной электронной библиотеки: <https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=69764>

Рукописи направляются на электронный адрес редакции журнала: [epl@inion.ru](mailto:epl@inion.ru), [eplingua@yandex.ru](mailto:eplingua@yandex.ru) в электронном виде в формате \*.doc, \*.docx или загружаются в систему подачи рукописей на официальном сайте журнала по адресу: <http://epl-inion.org/send.php>

К рассмотрению принимаются ранее не опубликованные (и не находящиеся на рассмотрении в других журналах, сборниках, материалах конференций) *исследовательские статьи и аналитические обзоры*.

Текст должен быть хорошо вычитан. Статьи, содержащие ошибки и опечатки, к рецензированию и публикации не принимаются.

Рукопись проходит обязательное рецензирование по модели «двойное слепое рецензирование». О результатах рецензирования автору сообщается по электронной почте.

Все поступившие в редакцию журнала исследовательские статьи и аналитические обзоры проверяются на наличие плагиата.

Редакция оставляет за собой право на научную и литературную правку рукописи.

Исследовательские статьи и аналитические обзоры в журнале публикуются бесплатно.

Общий объем текста одной статьи (с учетом метаданных на русском и английском языках) не должен превышать 35 000 знаков.

Авторы материалов, успешно прошедших рецензирование и принятых к публикации, направляют в адрес редакции журнала подписанный акцепт. Лицензионное соглашение и бланк акцепта размещены на официальном сайте журнала по адресу: <http://epl-inion.org/legal.php>

Подробное описание процедуры работы над статьей, требования, предъявляемые к рукописям, тематика журнала, состав редакционной коллегии представлены на официальном сайте журнала по адресу: <http://epl-inion.org>

**ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА**  
**№ 1 (8) 2022**

Компьютерная верстка Н.В. Афанасьева  
Корректор О.П. Дормидонтова

Уч.-изд. л. 4,51  
Заказ № 74

**Свидетельство о регистрации СМИ: ПИ № ФС 77 – 72547**

**Институт научной информации  
по общественным наукам РАН,  
Нахимовский проспект, д. 51/21,  
Москва, 117418**

**Отдел маркетинга и распространения  
информационных изданий  
Тел. / Факс: (925) 517-36-91  
E-mail: [shop@imion.ru](mailto:shop@imion.ru)**