

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
ВНУТРИВУЗОВСКОЙ НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ**

**«КЛАССИКА И ИННОВАЦИИ: ИССЛЕДОВАНИЯ В
ОБЛАСТИ ИУДАИКИ, ЯЗЫКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ МИРА»**

МОСКВА - 2022

УДК 80

КЛАССИКА И ИННОВАЦИИ: ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ИУДАИКИ, ЯЗЫКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ МИРА: сборник тезисов докладов внутривузовской научной студенческой конференции. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2022. – 44 с.

Сборник составлен по материалам тезисов выступлений участников внутривузовской научной студенческой конференции «Классика и инновации: исследования в области иудаики, языков и литературы мира» (19.12.2022 г.) в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и практическими решениями молодых исследователей – студентов бакалавриата и магистратуры организаций высшего образования.

Редакционная коллегия

к.филол.н. Батуева А.А., доцент кафедры филологии и лингвокультурологии
к.филол.н. Годунова Е.В., доцент кафедры филологии и лингвокультурологии к.филол.н.,
доцент Кондракова Ю.Н., заведующий кафедрой филологии и лингвокультурологии

Статьи представлены в авторской редакции.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

При перепечатке материалов сборника тезисов студенческой научной конференции «Классика и инновации: исследования в области иудаики, языков и литературы мира» ссылка на сборник материалов обязательна.

ISBN 978-5-00181-381-1

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии, Дизайн, Искусство)», 2022
© Коллектив авторов, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. «Лингвострановедение англоязычных стран»	6
<i>Лубникова И.А.</i> Способы словообразования в английском сленге	6
<i>Баева Д.А.</i> Тема любви и брака в пословицах в английском языке с использованием антитезы	6
<i>Крюкова С.С.</i> Функционирование фразеологизмов в творчестве англоязычных исполнителей	7
<i>Дуюнова К.С.</i> Специфика газетных заголовков	8
<i>Шогенова Э.А.</i> Основные черты и функции сленга в современном английском языке	9
<i>Вражнова А.Л.</i> Юмор как метод воздействия на аудиторию и его лингвостилистическая реализация в текстах англоязычной социальной рекламы	10
<i>Кононенко К.В.</i> Современный американский сленг	11
<i>Мальшева В.С.</i> К вопросу об эбоникс	12
<i>Киреева А.В.</i> Лингвистические способы воздействия на аудиторию в коммерческой рекламе	13
<i>Плахтеева В.Н.</i> Языковая метафора семантического поля «голова и лицо» в английском языке	14
<i>Цапаликова Ю.А.</i> Соматические фразеологизмы: значение, особенности и функции в английском языке	15
Секция 2. «Междисциплинарные исследования в гуманитаристике»	16
<i>Спиридонова А.А.</i> Художественная ценность исторических неточностей в мюзикле “Hamilton”	16
<i>Груздова М.О.</i> Недостаток лингвистических навыков у субъектов правотворчества как фактор развития коррупции	17

<i>Кабанова Е.А.</i> Оправдание терроризма: вопросы лингвистической экспертизы	18
<i>Махатадзе С.Д.</i> Имена собственные в составе юридических терминов	18
<i>Сорокина А.С.</i> Особенности перевода юридических профессий в Великобритании: специфика и проблемы существования барристеров и солиситоров	19
<i>Пуговкина Т.В.</i> Специфика юридической терминологии в Конституции США 1787 года	20
<i>Раманн Э.О.</i> Жанровая специфика английской народной сказки	21
<i>Торзаев А.Н.</i> История итало-американской мафии: этимология, влияние на юридический язык и методы противодействия	22
<i>Астафьева М.Г.</i> И. Ньютон как диалогическая личность	24
<i>Драничникова Д.С.</i> Иностранные заимствования в российском законодательстве	25
<i>Алдохина А.В.</i> Место и роль знаков препинания в современном медиапространстве	26
<i>Четина Д.Р., Баева Д.А.</i> Тюркизмы в русском языке: появление и адаптация	27
<i>Бунова А.А.</i> Особенности текста музыки викингов	28
<i>Джанаева С.Т.</i> Линвокультурологические особенности вывесок города Владикавказ	29
<i>Юношева А.А.</i> Феминитивы в русском языке	30
<i>Винярская Н.Б.</i> Религиозное vs научное в творчестве NoizeMC («Вселенная бесконечна?») и Драгни («Евангелие от вселенной»)	30
<i>Секция 3. «Иудаика: еврейские диаспоры и современный Израиль»</i>	32
<i>Айдинян К.Ю.</i> Ивритские заимствования в английском языке	32
<i>Пак В.О.</i> Гендер в контексте современного иврита	32

<i>Маккавеева Ю.А.</i> Разработка практических заданий на основе учебного корпуса современного иврита	33
<i>Сиволан Е.А.</i> Влияние арабской поэзии на еврейскую поэзию в средневековой Испании	34
<i>Андреева Е.В.</i> Социальные сети как площадка популяризации языковой нормы	35
<i>Попова А.М.</i> Лингвокультурологический аспект еврейских надгробных надписей на иврите	36
<i>Шкуронатская И.А.</i> Роль благотворительного фонда СТМЕГИ в сохранении языка горских евреев джуури	37
<i>Шумина М.Ю.</i> Вклад раввина Эсефа Итома Пинхасова (1884-1920) в формирование еврейской письменности на языке горских евреев джуури	38
<i>Якубова С.А.</i> Язык и культура современных еврейских общин	39
<i>Шадрин Г.А.</i> Особенности интернет-коммуникации в социальных сетях на иврите	40
<i>Таубер С.П.</i> Понятие конфликтности в текстах израильской социальной рекламы	41
<i>Фоменко А.</i> Особенности израильского стендапа	42
<i>Дебердеева З.Р.</i> Передача художественных приемов в переводах поэзии Х.Н. Бялика на русский язык	42

СПОСОБЫ СЛОВООБРАЗОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ СЛЕНГЕ

Лубникова И.А., гр. АМФЗ-119

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Язык – это социальное явление. Сленг является неотъемлемой частью языка и представляет собой одну из главных проблем лексикологии. Сленг разнообразен и неоднороден, сленговые слова можно классифицировать структурно, разделив их на способы словообразования.

Первый способ словообразования сленга – фонологический, к которому относят механизм ономотопеи. Ономотопея – это звукоподражание или звукоимитация, являющееся фонетическим уподоблением неречевым звукокомплексам. Другой характерный прием образования сленгизмов в английском языке представлен в виде метафоризации, в основе которой лежит стилистическое переосмысление слов, относимых к сленгу. Самый распространенный способ словообразования – морфологический, к которому относятся словосложение, зеркальное отображение слова, изменения в корне слова, аффиксация, сокращение и аббревиатура. При формировании сленга в английском языке немаловажную роль играют заимствования из таких языков, как испанский, цыганский и русский.

Таким образом, слова образуются и попадают в сленг разными способами. Все описанные словообразовательные механизмы пополняют английский сленг новыми языковыми единицами.

ТЕМА ЛЮБВИ И БРАКА В ПОСЛОВИЦАХ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АНТИТЕЗЫ

Баева Д.А., гр. АМФЗ-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Использование пословиц – распространённое явление не только среди литературных текстов, но и в бытовом общении. Для создания наиболее ярких образов пословицы нередко включают в себя такую стилистическую фигуру речи, как антитеза.

Антитеза – стилистическая фигура контраста или противопоставления образов и понятий в художественной речи.

Пословица – краткое народное изречение, представляющее собой образное суждение, применимое к различным явлениям бытовой жизни.

В ходе исследования были рассмотрены пословицы, относящиеся к теме брака и любви. Брак и любовь понимаются англичанами по-разному в зависимости от контекста крылатых выражений. Были обнаружены примеры пословиц, которые освещают рассматриваемую тему с положительной стороны, а также с отрицательной. К тому же была установлена связь между двумя темами: любовь и деньги. Зачастую в пословицах на английском языке именно конфликт богатства и чувств становится предметом антитезы.

Кроме прочего, была рассмотрена структура строения пословиц в английском языке. Чаще всего они строятся по принципу антонимов, в том числе контекстных, или с помощью противительных союзов «but», «than», однако встречаются и бессоюзные предложения.

Таким образом, изучение пословиц в английском языке позволяет рассмотреть их синтаксические и лексические особенности, выявить их связь с культурным аспектом жизни англичан и проследить отношение людей к теме любовь и брак, которое отражено в паремиях.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ТВОРЧЕСТВЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Крюкова С.С., гр. АМФЗ-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Важной единицей языка является фразеология, которая хранит в себе мудрость народа, культурную ценность. Использование фразеологизмов иногда помогает кратко и чётко выразить мысль, а иногда и завуалировать её. Фразеологические обороты широко используются в различных видах литературы, в лирических текстах групп.

Интерес лингвистики к изучению фразеологии с точки зрения отражения культуры и исторического мировидения вырос.

Целью данной работы является анализ семантических и структурных, культурно-национальных особенностей фразеологизмов в произведениях различных англоязычных исполнителей.

Для достижения цели необходимо решить перечень задач:

- дать понятие фразеологизму и проанализировать его классификации;
- найти фразеологизмы в текстах исполнителей;
- проанализировать структурную составляющую, понять классификацию, семантику и функцию.

Фразеологизм – это группа слов, которая обладает относительной синтаксической и семантической устойчивостью, может быть идиоматизирована, может нести различные коннотации, выполнять в тексте эмфатическую или интенсифицирующую функцию.

В основу исследования была положена классификация А.В. Кунина, согласно которой подразделяют фразеологические единицы на четыре класса в

зависимости от выполняемой ими коммуникативной функции, основанной на структурно-семантических характеристиках единиц. По данной классификации было проведено разделение найденных фразеологизмов в песнях The Beatles, Queen, Фрэнка Синатры (Frank Sinatra), Леди Гаги (Lady Gaga) и The Apathy Eulogy:

1. Номинативные фразеологические единицы (That's why they call me Mister Fahrenheit, I'm a racing car passing by like Lady Godiva, monkey business, love of my life и др.).

2. Номинативно-коммуникативные фразеологические единицы (to come one's way; bite the dust; hold the line; to have (one's) head in the clouds, make up one's mind и др.).

3. Междометные фразеологические единицы (Yeah! Oh yeah! Dee do da da).

4. Коммуникативные фразеологические единицы (Faint heart never won fair lady).

Анализ фразеологизмов, найденных в текстах песен, в соответствии с классификацией А.В. Кунина, помогает более полно понять специфику и значение музыкального произведения, которому они добавляют эмоциональность, афористичность и оказывают определенное эстетическое воздействие на слушателя.

СПЕЦИФИКА ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Дуюнова К.С., гр. АМФЗ-221

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Батуева А.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Публицистика всегда активно реагирует на общественно-социальные движения. Поэтому она рассматривает зачастую злободневные, актуальные темы, изобилующие разговорной, научной, экономической, политической лексикой. Данный стиль затрагивает совершенно разные области человеческой деятельности, поэтому его лексикологические средства постоянно варьируются. Следовательно, язык СМИ обладает широкой полисемической базой.

Главный компонент любого публицистического текста – заголовок. Все речевые изменения современности находят отражение именно в нём. Заголовок – это, прежде всего, форма, создающая целостность текста, которая обладает совокупностью типологических конструкций. Его задача состоит в привлечении внимания массовой аудитории. Именно от грамотно составленного заголовка зависит успех продаваемого текста. Информативность и точность содержания являются ключевыми составляющими заглавия. Форма и структура заголовка СМИ всегда различаются. Название статьи может печататься единичным заголовком или же с дополнительными элементами.

Выделяют следующие типы газетных заголовков:

- 1) заголовок-сообщение;
- 2) заголовок-вопрос;
- 3) заголовок-интрига;
- 4) заголовок-совет.

В. А. Вомперский (российский лингвист, профессор) выделяет у заглавия следующие четыре функции: коммуникативную, апеллятивную (или воздействующую), экспрессивную, графически-выделительную. Во-первых, считает автор, заголовку свойственна коммуникативная функция, так как заголовок служит для выражения сообщения о предмете речи. Во-вторых, заголовок непосредственно обращается к читателю, не только информирует его о содержании предмета речи, но и воздействует на читателя, вырабатывая у него соответствующее социальное отношение к содержанию (апеллятивная функция). В-третьих, заголовок характеризует личность журналиста (экспрессивная функция). Именно через функцию авторской оценки реципиент обращает внимание на текст и, ознакомившись с ним, решает согласиться или не согласиться с мнением СМИ. И, в-четвертых, заголовок обладает графически-выделительной функцией, заключающейся в отграничении одного материала от другого на газетной полосе.

Язык заголовков – это особый язык. Авторы заголовков разработали свой собственный запас слов, который соответствует требованиям газетного стиля. Используемые слова кратки, аттрактивны (создают эмоциональный эффект) и экспрессивны.

ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ И ФУНКЦИИ СЛЕНГА В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Шогенова Э.А., гр. АМФЗ-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Батуева А.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Одной из ярких особенностей разговорной речи является широкое использование сленговых единиц. Лексическая составляющая сленга расширяется постоянно, в связи с этим, появляются подгруппы, сужающие количество человек, использующих подобную речь, делая ее более локальной. В качестве примера можно привести следующие лексемы: «put the biscuit» – забить гол в хоккее (букв. – положить печенье; аналог – score a hockey goal); «a ham» - плохой актер; «shelf» – одиночное заключение (пер. – полка).

Использование сленга подразумевает желание отличить речь от общепризнанных образцов и придать ей новизну, живость и красочность, передать собеседнику свое настроение и эмоции насчет определенных вещей, усилить экспрессивность речи. В достижении этих задач говорящему помогает множество средств выразительности речи, таких как метонимия, эвфемизм, метафора, гипербола, синекдоха и неологизмы. Например, эвфемизм – «I need a slash» – мне нужно пропустить стаканчик (амер.), мне нужно справиться нужду

(брит.), метафора «lowlife» – человек со дна общества (букв. – низкая жизнь), гипербола – «savage» – крутой, brutальный (пер. – дикий).

Наиболее продуктивными способами словообразования сленгизмов являются:

- аббревиация;
- аффиксация;
- усечение;
- присвоение нового значения слову;
- транспозиция;
- сокращение.

Сленг играет значимую роль в языке и, следовательно, выполняет множество различных функций. К ним относятся: когнитивная; номинативная; экспрессивная; мировоззренческая; эзотерическая; идентификационная; языковой экономии.

Язык постоянно развивается. Новые сленгизмы возникают в нем постоянно, старые же постепенно уходят на задний план. Необходимо быть в курсе этих изменений, а потому исследования в этой области особенно важны.

ЮМОР КАК МЕТОД ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ И ЕГО ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ В ТЕКСТАХ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Вражнова А.Л., гр. АМФЗ-119

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Батуева А.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Социальная реклама — это вид маркетинговой коммуникации, в рамках которого происходит привлечение внимания к различным общественным проблемам и укрепление моральных ценностей. Однако термин социальной рекламы применяется на территории нашей страны, а за рубежом он заменяется понятиями некоммерческой или общественной рекламы.

Использование юмора как метода воздействия на аудиторию пришло в социальную рекламу из коммерческой и пока что только укрепляет свои позиции. Некоторые маркетологи считают, что данный метод более эффективен в сравнении с концепцией страха, так как он имеет позитивное влияние на аудиторию. Кроме того, из-за того, что шутить на остросоциальные темы не принято и считается в какой-то степени аморальным, то этот способ предстает эпатажным, что бесспорно привлекает больше внимания к проблеме.

Прибегая к юмору, социальная реклама выделяет не только задачи привлечения внимания к проблеме и побуждения к действиям, но и задачу запомниться как можно большему количеству людей. Как и в коммерческой рекламе, для реализации этого подхода используют разного вида шутки, и пародии. Также нередко текст строится по принципу угрозы, но с добавлением

комического эффекта. В такого рода рекламе, безусловно, важно визуальное сопровождение, и иногда без него смысл будет непонятен реципиенту. В качестве одного из видов визуального сопровождения в современном мире применяются эмодзи (пиктограммы, передающие эмоции). Хотя это еще относительно новый подход в социальной рекламе, его все чаще используют для создания запоминающихся видео или плакатов, поднимающих серьезные проблемы общества.

В этой связи важно изучить этот метод и его лингвостилистическую составляющую более подробно.

СОВРЕМЕННЫЙ АМЕРИКАНСКИЙ СЛЕНГ

Кононенко К.В., гр. АМФЗ-221

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Целью работы является изучение и анализ современного американского сленга.

Сленг – это пласт лексики, который постоянно меняется и развивается, именно поэтому его важно изучать. Сленг является неотъемлемой частью языка и речи.

В настоящее время нет единого определения понятия «сленг». Оно не обладает терминологической точностью. Крупнейший современный английский исследователь сленга Э. Партридж определяет сленг как бытующие в разговорной сфере весьма непрочные, неустойчивые, никак не кодифицированные, а часто и вовсе беспорядочные и случайные совокупности лексем, отражающие общественное сознание людей, принадлежащих к определённой социальной или профессиональной среде.

В зависимости от сферы употребления сленг принято разделять на общий и специальный.

Сленг выполняет следующие функции: идентификационная, коммуникативная, эмоционально-экспрессивная, оценочная, мировоззренческая, когнитивная, номинативная и функция экономии времени.

Сленговая лексика пополняется в результате словосложения и переносного употребления, сужения, расширения значения слов. Заимствования, подвергшиеся переосмыслению и смысловой адаптации, также считаются источником пополнения американского сленга.

Таким образом, работа представляет собой исследование сленга: сложности его определения, классификации и особенности функционирования и словообразования.

К ВОПРОСУ ОБ ЭБОНИКС

Малышева В.С., гр. АМФЗ-119

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Батуева А.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Афроамериканский английский язык также известен как феномен эбоникс. Слово *ebonics* образуется путем сложения двух слов: *ebony* (черный) и *phonics* (звуки). Неологизмом ‘*ebonics*’ язык афроамериканцев назвал Р.Л. Уильямс, доктор психологии, профессор Вашингтонского университета в г. Сент-Луис (Миссури) в 1973 г. Однако термин стал широко использоваться лишь с 1996 года. Появление эбоникс было вызвано рабовладельческими “тенденциями” Америки XVII века.

Существует несколько теорий происхождения негритянского английского. Креольская теория, которая утверждает, что рабы, привезенные в Северо-Американские штаты, носители западноафриканских языков, в контакте с белыми хозяевами развили примитивный способ общения с использованием английской лексики и фонетики, которая представляла собой нечто среднее между английским и африканскими источниками. Вторую теорию предложили американские диалектологи, предполагая, что язык появился на основе специфических диалектов юга США, на которые особенно повлияли восточно-английские диалекты. Социолингвистическая (третья) теория объясняет происхождение эбоникс многолетней изоляцией негритянского населения в черных гетто больших городов, где он сформировался и распространился.

Развитие этого языка и его распространение в Соединенных Штатах Америки продолжается и в настоящее время. Теперь им пользуются не только представители темнокожего населения, но и белые люди. Незаметно в их речь проникли слова и выражения, принадлежащие афроамериканскому варианту английского языка. Эбоникс представляет особую сложность для изучения, так как у лингвистов до сих пор возникают споры по поводу определения данного феномена. Одни считают его сленгом, другие - арготом, в то время как третьи делают выбор в сторону диалекта. Безусловно, эбоникс имеет общие черты, относящиеся к каждой из упомянутых выше разновидностей речи.

Нельзя, однако, считать этот американский язык лишь сленгом по причине того, что пользуются им темнокожие люди различных сословий и возрастов. Эбоникс также не следует относить к арготом. Хотя раньше он и использовался с целью скрыть информацию от белого населения, на данный момент это неактуально. То же самое касается и диалекта. Афроамериканский английский язык не принадлежит ни определенной территории, ни определенному сословию. Он используется повсеместно.

Все больше людей начинают относить феномен к социолекту, что, в свою очередь, ближе к действительности, так как эбоникс связывает жителей на основе социокультурных признаков.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

Киреева А.В., гр. АМФЗ-119

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Батуева А.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Основной целью коммерческой рекламы является продвижение товара, презентуя его как лучший вариант из всех имеющихся той же категории. Каждая коммерческая реклама должна быть ориентирована на определенную аудиторию, рекламировать товар доступным языком и нести полезную информацию о характеристике и достоинствах рекламируемого объекта. Она должна выделяться, быть запоминающейся, оригинальной и сильно воздействовать на эмоции человека.

Для создания более эффективного рекламного текста необходимо не только соблюдать структуру, в которую входит слоган, заголовок, основной рекламный текст и эхо-фраза, но и активно использовать всевозможные лингвостилистические средства языка, которые делают коммерческий рекламный текст более интересным и легким для восприятия.

Тропы и стилистические приемы делают текст коммерческой рекламы броским, заметным и привлекательным. Потенциальный покупатель, завлеченный такими средствами, испытывает больший интерес к продукту и шансы приобретения товара возрастают.

Коммерческие рекламные тексты отличаются обилием прилагательных и, как следствие, сравнение является наиболее распространенным тропом здесь. Метонимия тоже является одним из часто встречаемых приемов. Нередко создатели коммерческого рекламного текста прибегают к использованию каламбура. Обилие прилагательных также означает использование всевозможных эпитетов и метафор, свойственных коммерческому рекламному тексту. Помимо этого, для большей убедительности нередко встречаются личные и притяжательные местоимения.

В рекламных текстах употребляются глаголы в повелительном наклонении, которые воспринимаются как приказ, совет или просьба. Под влиянием повелительного наклонения покупатели склонны действовать согласно указаниям.

Данный прием соотносим с манипуляцией. Использование восклицательных предложений в рекламных текстах позволяет сделать текст более экспрессивным.

Кроме того, восклицание передает положительные эмоции и вызывает у адресатов чувство восхищения, одухотворения, тем самым мотивируя их произвести покупку.

Вопросительные предложения служат отличным средством для удержания интереса адресата. Вопросительное предложение фокусирует внимание покупателя на той или иной идее, заставляя его размышлять о товаре, что подготавливает клиента к совершению конкретной покупки.

Таким образом, важнейшую роль в воздействии рекламы на потребителей играют различные лингвистические средства и приемы, используемые в рекламных текстах.

ЯЗЫКОВАЯ МЕТАФОРА СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ГОЛОВА И ЛИЦО» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Плахтеева В.Н., гр. АМФЗ-221

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Метафора, хоть и является прозаическим или поэтическим выражением, но она в том числе и часть как повседневной речи, так и мышления. Этот литературный прием — теперь неотъемлемая часть и разговорной лексики. Некоторые из метафор настолько прочно вошли в язык, что их перестали замечать.

Доклад посвящен языковой метафоре семантического поля «голова и лицо» в английском языке. Метафоры этого семантического поля — одни из самых распространенных и используемых носителями английского языка. В докладе рассказывается о том, как в языковых метафорах, ассоциативно связанных с образом головы и лица, отражено и закреплено своеобразие языковой картины мира и менталитета.

Для лингвистики последних десятилетий характерно стремление определить и описать закономерности процесса метафоризации и его результатов. Избранный в работе аспект изучения метафоры дает возможность исследовать отражение языковой картины мира.

Метафора представляет собой сравнение, уподобление известного явления с тем, которое необходимо изучить. Метафоры, относящиеся к теме «голова и лицо», составляют большой пласт лексики в любом языке, и их изучение может дать ценные знания о нации и ее языковой картине мира. Рассматриваемое семантическое поле представлено во всех языках мира, поэтому в нем должны ярко проявиться черты своеобразия того или иного языкового сообщества.

Стоит отметить, что на основе исследования можно сделать многочисленные выводы, касающиеся системы ценностей, системы ассоциаций и бытовой жизни англоговорящих людей, поскольку метафора проникает в повседневный язык и мышление. Обыденная понятийная система, в рамках которой человек думает и действует, по сути своей метафорична.

СОМАТИЧЕСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ: ЗНАЧЕНИЕ, ОСОБЕННОСТИ И ФУНКЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Цапаликова Ю.А., гр. АМФЗ-221

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Батуева А.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В настоящее время в лингвистике наблюдается повышенный интерес к изучению фразеологизмов с компонентами-соматизмами. Соматизмы - это те фразеологизмы, в состав которых входит название частей тела человека или животного, которые передают внешние или внутренние признаки. Например, 1) *one's heart sank into one's boots* («душа ушла в пятки»), то есть «стало очень страшно»; 2) *to have a head for something*, что значит «хорошо разбираться в чём-либо».

Соматическая лексика является важной частью лексической системы языка, необходимой для понимания языковой картины мира. Большое количество фразеологизмов с компонентами-соматизмами во фразеологии объясняется в первую очередь тем, что лексемы, называющие части тела, относятся к древнейшему пласту лексики.

Изучая особенности соматических фразеологизмов, следует отметить: 1) наличие антропоцентрической направленности, т.е. связаны с человеком, отражает его поведение, положение в обществе, внешность, отношение к окружающим и самому себе; 2) наличие в языке многочисленных аналогов, очень близких по образной направленности словосочетаний; 3) высокую продуктивность и высокую частотность употребления; 4) семантическую устойчивость и 5) большую способность к метафоризации.

Выделяют две основные функции соматических фразеологизмов в английском языке: 1) использование устойчивых речевых оборотов для передачи физических возможностей человека; 2) использование соматических фразеологизмов в переносном значении (в сравнениях, метафорах, в идиомах, пословицах) для передачи эмоционального состояния человека или для создания образности высказывания.

Стоит отметить, что изучение фразеологизмов с соматическим компонентом важно, поскольку позволяет выявить общие и частные особенности эмоциональных и физиологических состояний разных социальных групп, классов и национальностей.

Секция 2. «Междисциплинарные исследования в гуманитаристике»

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЦЕННОСТЬ ИСТОРИЧЕСКИХ НЕТОЧНОСТЕЙ В МЮЗИКЛЕ “HAMILTON”

Спиридонова А.А., гр. АМПК-121В

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

«Гамильтон» – исторический мюзикл Лин-Мануэль Миранды о жизни одного из отцов основателей США. Премьера мюзикла состоялась в феврале 2015 года, и с тех пор он стал популярным, заслужив признание критиков и любовь аудитории. Как и в любом другом историческом произведении, события мюзикла отходят от реальных событий, но не стоит считать, что это сделано лишь для облегчения восприятия сюжета. Рассмотрим это на нескольких примерах из первого акта.

В песне “Aaron Burr, Sir” при встрече самого Александра Гамильтона и Аарона Бёрра есть диалог: “– I may have punched him. It’s a blur, sir. He handles the financials. – You punched the bursar? – Yes!..” (“– Я ударил его. Это было какое-то помутнение, сэр. Он отвечал за финансы. – Вы ударили казначея? – Да!..”) В книге о мюзикле сам Мануэль Миранда писал, что это хорошая рифма и игра слов. В реальности никто не ударял казначея, но у Гамильтона действительно были разногласия с директором Принстона из-за желания первого досрочно закончить учёбу. Парой фраз Миранда показал характер и нрав молодого главного героя.

В этой же песне происходит значимая для сюжета встреча Гамильтона с маркизом Жильбером де Лафайетом, Геркулесом Маллиганом и Джоном Лоуренсом. Такая встреча физически не могла произойти в 1776 году, называемом в начале песни. Лафайет не покидал Франции до 1777, Лоуренс встретился с Гамильтоном уже после начала войны всё в том же 1777, Маллиган же познакомился с ним ещё в 1773. Такое искажение стоит атмосферы крепкой дружбы, возникающей между героями. Активные молодые люди моментально проникаются духом перемен. “Time to take a shot. And I am not throwing away my,” (“Время воспользоваться шансом, и я не упущу свой”) – повторяющаяся фраза из следующей песни “My Shot” (“Мой шанс”) описывает цель всех героев. Даже находясь в разных местах, она бы объединяла их. Все они в дальнейшем будут участвовать в войне за независимость.

В скором времени Миранда представляет зрителям сестёр Скайлер: Анджелику, Элайзу и Пегги. Образ первой из них наиболее далёк от реального. В основном из-за участия в любовном треугольнике Анджелика-Александр-Элайза. Во-первых, при первой встрече с Александром она уже была замужем за Джоном Бейкером Чёрчем. Во-вторых, их романтические отношения не

продвигались дальше кокетливо-шутливых писем и шуток. В подобном тоне она переписывалась и с Томасом Джефферсоном. В-третьих, Анджелику Скайлер, несмотря на её образование, нельзя назвать такой феминисткой, какой она показана в мюзикле. Однако вышесказанное не мешает существовать образу Анджелики в мюзикле. Зритель начинает ей сочувствовать из-за каждого выбора, который ей приходится совершать ради своей сестры. Во многом драма в первом акте «Гамильтона» создаётся именно из-за наличия в нём старшей Скайлер.

В мюзикле Лин-Мануэль Миранды есть немало исторических ошибок, но они ничуть не портят произведение, а только помогают зрителю лучше понять героев, их мотивацию, поверить в происходящее и создать целостную композицию без огромного количества сцен, декораций и персонажей.

НЕДОСТАТОК ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СУБЪЕКТОВ ПРАВОТВОРЧЕСТВА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОРРУПЦИИ

Груздова М.О., гр. АМЮ-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Борьбе с коррупцией уделяется большое внимание во внутренней политике Российской Федерации, так как эта проблема крайне актуальна на сегодняшний день.

Новые нормативно-правовые акты появляются каждый день, но их качество не всегда высокое вследствие недостаточной лингвистической подготовки субъектов правотворчества.

Развитию лингвистических навыков юристов уделяется недостаточно внимания. В российских вузах отсутствуют необходимые курсы для лингвистической грамотности студентов юридических направлений.

Вследствие недостатка лингвистических навыков у юристов-правотворцев создаются нормативно-правовые акты, формулировки которых содержат юридико-лингвистические неопределенности.

Термины, используемые в законодательстве, должны быть четко определены и не давать возможности иного их толкования, иначе юридико-лингвистически неопределенные термины дают почву для процветания коррупции.

Для противодействия коррупции необходимо развивать лингвистическую грамотность у юристов, начиная с момента поступления студента в вуз.

ОПРАВДАНИЕ ТЕРРОРИЗМА: ВОПРОСЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Кабанова Е.А., гр. АМЮ-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Речевые произведения все чаще становятся фактом судебного разбирательства, так как в них содержатся признаки преступлений и правонарушений, совершенных посредством слова. В связи с этим практика административного и уголовного судопроизводства требует привлечения специальных лингвистических познаний, т. е. выполнения лингвистической экспертизы текста.

В связи с отсутствием единого понимания понятия «экстремизм» особенно много проблем вызывает определение экстремистской направленности текста. В современном русском языке экстремизм определяется как приверженность крайним взглядам, мерам (обычно в политике). Однако не совсем ясно, какие взгляды следует признавать «крайними», а какие – нет, и кто будет это определять.

Ввиду статьи 205.2 УК РФ, перед правоохранительными органами встает вопрос, где находится граница между корректным обсуждением проблем терроризма и его оправданием. В определении этой черты экспертам помогает триада понятий: правильность, поддержка и подражание.

Религиозная лингвистическая экспертиза является самой затруднительной среди дел об экстремизме из-за конфликта природы веры и запрета пропаганды превосходства лиц по религиозному признаку. Общеизвестно, что любая религия констатирует, пропагандирует, декларирует свою исключительность. Любая конфессия будет считать себя уникальной, в связи с чем разделение и противопоставление конфессий, по сути, неизбежно, и это характерно даже для самых миролюбивых и гуманно настроенных религий. Для эффективной работы с такими текстами необходима комплексная работа с участием религиоведа и с учетом культурно-исторического контекста произведения.

ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ В СОСТАВЕ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

Махатадзе С.Д., гр. АМЮ-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В данное время в лингвистике достаточно актуальным является изучение имени собственного с точки зрения профессионального аспекта. Особенно это относится к сфере юриспруденции, в которой крайне важна точность изложения.

Термины по своей природе являются смысловым ядром языка для специальных целей в связи с тем, что они выражают и передают основную содержательную информацию.

Юридические термины обладают рядом отличительных характеристик, позволяющих выделить их в особую категорию.

Этимологическим происхождением и источником формирования юридических терминов было римское право. Его отличительными чертами являлись точность формулировок, простота и ясность, поэтому оно рецептировалось в страны Европы.

Имена собственные в семиотическом пространстве юридического единства представлены следующими разновидностями: социальные, литературные и исторические.

Для анализа имени собственного в юридической науке привлекались словарные источники, исторические и политические документы, тексты художественной литературы, тексты СМИ. Были использованы материалы, включающие юридические понятия российской системы права и систем англо-американского права.

Было выявлено около двух тысяч имен собственных в составе юридических терминов, которые были объединены в 22 группы по тематическому признаку.

Опираясь на эту классификацию, можно выделить разряды имён собственных, которые составляют ономастическое пространство юридического дискурса: антропонимы и топонимы.

В ходе исследования были определены следующие способы онимизации:

- 1) грамматическая (аффиксация, суффиксация);
- 2) семантическая (простая, метафорическая, метонимическая).

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ ПРОФЕССИЙ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ: СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ БАРРИСТЕРОВ И СОЛИСИТОРОВ

Сорокина А.С., гр. АМЮ-221

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Право Великобритании всегда привлекало внимание учёных России своей непохожестью на привычное нам устройство, а перевод терминов, относящихся к юриспруденции, иногда и вовсе вызывает затруднения. Так, если в правовой системе США можно смело использовать термин «lawyer», то в праве Великобритании юристов принято подразделять на барристеров (barristers) и солиситоров (solicitors).

Существование институтов барристеров и солиситоров обусловлено многовековыми традициями. В ходе процесса естественного развития правовой системы Великобритании между барристерами и солиситорами

сформировалось чёткое разграничение полномочий. Но в ходе демократических реформ определённые полномочия, что раньше были присущи только барристерам, появились и у солиситоров. Это вызвало ряд проблем, и сейчас довольно остро стоит вопрос о целесообразности наличия разделения профессии юриста на эти два института. Конечно, такое размывание границ привело и к трудностям перевода, ведь теперь не совсем понятно, если речь идёт о судебном разбирательстве, какой термин стоит использовать, а для того чтобы определить это, необходимо более углублено изучать материалы дела.

СПЕЦИФИКА ЮРИДИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В КОНСТИТУЦИИ США 1787 ГОДА

Пуговкина Т.В., гр. АМЮ-222

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Батуева А.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Неуклонное развитие общества способствует совершенствованию политико-правовой системы государства, что влияет на особенности юридической лексики. Подобным изменениям подвержена и лингвистическая составляющая Конституции США 1787 года.

Большое количество терминологии заимствовано из английского права несмотря на то, что после 1780-х американская правовая система начала отходить от европейской. По причине различия культур и менталитета многие понятия претерпевали значительные изменения в Конституции, из-за чего у современных юристов возникают трудности в понимании американских и английских юридических текстов.

Ещё одной особенностью юридической терминологии Конституции США является многозначность слов. Например, словосочетание *lame duck*, дословно понимаемое как «хромая утка», в основном законе страны имеет значение «неудачный, несовершившийся». Использование повседневной лексики в юридическом контексте также способствует изменению значения слова. Так, прилагательное *blue* в Конституции США используется в словосочетании *blue ribbon jury*, которое переводится как «суд присяжных».

Специфика юридических терминов в Конституции США также заключается в переводе имён нарицательных в значение имён собственных. В частности, такие понятия, как *Coin, Rule, Money, Value, Weights and Measures* пишутся в тексте закона с заглавной буквы, что свидетельствует о наделении их особым смыслом, подчёркивающим важность для существования правовой системы государства.

Конституция США является одним из старейших законодательных актов в мире, по этой причине многие юридические термины утратили своё значение. К примеру, понятие *Article*, понимаемое в тексте как «статья закона», в настоящее время приобрело более бытовое значение. По причине развития

юридической науки правовое понимание «статьи» включает в себя её структурные элементы, наименования которых не используются в исходном тексте Конституции США.

Ещё одной специфической особенностью правовой терминологии в Конституции США являются заимствования из латинского языка. Это связано с процессом рецепции римского права, произошедшего до XVIII века. Термины, образующие принципы государственного устройства – *federal*, *precedent*, *de facto*, *state* – имеют латинское происхождение, что свидетельствует о тесной связи американской и римской правовых систем.

ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА АНГЛИЙСКОЙ НАРОДНОЙ СКАЗКИ

Раманн Э.О., гр. АМФЗ-221

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Батуева А.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Сказки – это устные рассказы, бытующие в народе с целью развлечения, содержащие необычные в бытовом смысле события (фантастические, чудесные или житейские) и отличающиеся специальным композиционно-стилистическим построением. В большинстве случаев сказки делятся на сказки о животных, волшебные и бытовые сказки.

В Англии народные сказки начали записываться позже, чем в других странах. Пошли они, как и весь британский фольклор, из кельтской мифологии. Именно из нее появились сюжеты, образы и сказочные линии британских сказок. В конце XIX века Джозеф Джейкобс, известный английский фольклорист и член Британского фольклорного клуба, собрал и опубликовал два тома британских народных сказок. В английском языке слово «*fairy tale*» означает русское слово «сказка».

Волшебные сказки – это разновидность сказки, которая изначально зародилась в мифологии и имеет магическое значение. Мораль сказок определяется представлениями людей о добре и зле, их целями и народными идеалами. Волшебные английские сказки обладают особым сюжетом и тематическим разнообразием, которое отличает их от других. Английские сказки полны информации, а волшебство заменено фактами, поэтому в них чувствуется определенная сухость. В волшебных английских народных сказках в основе действий сказочных персонажей лежит не слава и сила, а стремление избежать любых неудач и провалов. Повествование отличается ровностью, отсутствуют особенные моменты нарастания сюжета и неожиданные повороты. Финал бывает мрачным, а иногда и просто жестоким. Юмор играет важную роль. Английские народные сказки подробно описывают героев, стараясь дать читателям целостный образ, с помощью добавления в описание мелких деталей и привычек.

В английских сказках практически нет традиционных зачинов и концовок. Прежде чем главные герои найдут свое счастье, им предстоит

преодолеть ряд трудностей. В конце истории добро побеждает зло. В английских сказках часто можно встретить народные пословицы, поговорки, песни, заклинания, которые позволяют лучше понять английский национальный характер и прочувствовать атмосферу.

Важнейшим фактором являются не только языковые средства, позволяющие реализовать творческие идеи, но и традиция, быт и традиционные английские характеры как составляющая фольклорного сознания в ее текстовом воплощении.

ИСТОРИЯ ИТАЛО-АМЕРИКАНСКОЙ МАФИИ: ЭТИМОЛОГИЯ, ВЛИЯНИЕ НА ЮРИДИЧЕСКИЙ ЯЗЫК И МЕТОДЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

Торзаев А.Н., гр. АМЮ-221

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Термин мафия уже давно используется не только в юриспруденции, но и также в массовой культуре. Однако этимология данного термина до сих пор является предметом обсуждений, так как существует множество версий его происхождения.

Мафия (итал. *mafia*) — криминальное сообщество, сформировавшееся на Сицилии во второй половине XIX века и впоследствии распространившее свою активность на крупные экономически развитые города США и некоторые другие страны. Представляет собой объединение криминальных групп, имеющее общую организацию, структуру и кодекс поведения.

Существует две основные версии происхождения термина:

1) M.A.F.I.A. – аббревиатура. Во время Сицилийской вечерни, народного восстания против французов в 1282 году, появился лозунг «Смерть Франции, вздохни, Италия» (итал. *Morte Alla Francia, Italia Anela*).

2) «*Mafiusu*» – сицилийское прилагательное, означающее «хвастливый, дерзкий, заносчивый».

Итало-американская мафия как организация имеет отличительные черты, способствовавшие успеху её деятельности в сравнении с другими преступными организациями.

Структура мафии представляет собой вертикальную иерархию. Во главе «семьи» или клана стоит босс (*boss*), он же дон (*don*). Дон обычно максимально дистанцируется от тех, кто связан с преступлениями («капитанами» - *caporegime* и «солдатами» - *soldiers*), чтобы в случае чего избежать суда. На ступень ниже находится андербосс (*underboss*) – правая рука и возможный преемник босса. Дальше идут «капитаны» (*капо*, *капореджиме* – *саро*, *caporegime*), управляющие группами из 10–20 «солдат» – рядовых бойцов клана.

Ниже в итало-американской преступной иерархии идут всевозможные подельники, партнёры и другие преступники (associates). Они могут быть как людьми итальянского происхождения, которых впоследствии могут принять в «семью», так и других кровей.

Несколько в стороне стоит консильери (советник) – consiglieri. Советник помогает боссу в решении спорных и сложных вопросов, отговаривает от поспешных решений.

Деятельность мафии связана с определенной терминологией, а также стала источником для появления новых терминов и выражений, используемых как в юриспруденции, так и в других сферах.

Так, например, выражение money laundering («отмывание денег») появилось в США в 1920-е годы, когда американская мафия стала скупать и массово открывать автоматические прачечные для легализации наличных денег, полученных преступным путём. В широкой сети мелких заведений с невысокими ценами, автоматами и большим числом клиентов было очень трудно контролировать выручку, что позволило добавлять к реальной выручке большие объёмы нелегально полученной наличности.

На протяжении нескольких десятилетий мафия являлась существенной проблемой, для решения которой правоохранительным органам приходилось применять всевозможные методы, а также изобретать новые.

Отношения мафии с властями не всегда были враждебными. Во время Второй мировой войны американская мафия осуществляла помощь властям в нахождении немецких шпионов в портах, оказывала поддержку войскам союзников во время высадки на Сицилии.

Однако по мере возрастания власти и влияния мафии власти США не могли игнорировать данную проблему. В 1951 году Сенат США объявил, что «зловещая преступная организация», известная как мафия, действует в стране.

Для борьбы с организованной преступностью в США был принят Закон RICO (англ. The Racketeer Influenced and Corrupt Organizations Act, «RICO Act» или «RICO» — «Закон о коррумпированных и находящихся под влиянием рэкетиров организациях»). Он устанавливал более строгую самостоятельную ответственность за легализацию незаконно заработанных средств.

Вдобавок была создана программа защиты ключевых свидетелей. Возникшая в 1971 году в борьбе с итальянской мафией программа WITSEC доказала свою значимость и полезность и была позже распространена на другие сферы и формы полицейской деятельности.

И. НЬЮТОН КАК ДИАЛОГИЧЕСКАЯ ЛИЧНОСТЬ

Астафьева М.Г., гр. СКФ-122

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра общей и славянской филологии

Цели и задачи работы – рассмотреть вопрос о создании универсального искусственного языка в XVII веке, дать анализ рукописи Исаака Ньютона «Об универсальном языке» («Of an Universal Language»), отметить черты языковой личности И. Ньютона и представить систему взглядов молодого ученого. Особенное внимание уделено именно диалогическому характеру языковой личности И. Ньютона.

Научная революция XVII века характеризовалась появлением целого ряда работ, посвященных созданию моделей универсального философского искусственного языка. Главный принцип философии рационализма, которого придерживался в том числе и И. Ньютон, – критика естественного языка. Философы-рационалисты вступают в противостояние с естественным языком, отмечают его «несовершенство и сложность», превознося при этом искусственный язык, способный лучше живого передавать суть вещей. Вдохновленный трудами Ф. Бэкона и Р. Декарта, Ньютон пишет свой первый научный труд.

Неоконченная рукопись И. Ньютона «Об универсальном языке» – это попытка связать логику, математику и язык в одно совершенное целое и логико-философски систематизировать основные языковые понятия. Ученый рассматривает возможность номинировать каждый сорт вещей с определенной буквы и образовывать при помощи префиксов и постфиксов формы слов, отражающие действие и отношение к различным понятиям.

Анализ языковых особенностей рукописи позволил выявить некоторые специфические черты языковой личности И. Ньютона. В докладе представлено сопоставление учения Ю. Н. Караулова, который рассматривает языковую личность как носителя монологического высказывая, и учения М. М. Бахтина, для которого диалог – это основная категория процесса познания, а речь всегда диалогична. В связи с этим языковая личность предполагает наличие не только инициальной реплики, но и ответной. Из этой концепции в современной лингвистике выросла теория диалогической языковой личности.

Анализ рукописи И. Ньютона позволил выделить четыре уровня диалогической личности ученого: 1) уровень поверхностного понимания речевого произведения и отбора его для создания ответного текста; 2) интерпретационный уровень; 3) модусный уровень; 4) интертекстуальный уровень. В работе по созданию модели искусственного языка отметим некоторые черты: авторское «мы» как выражение «внешней удаленности» автора, его объективности по отношению к исследованию; метафоры, выводящие читателя на диалог; наличие квазитерминов, содержание которых наталкивает читателя на размышления, рефлексивное восприятие текста работы.

Языковая картина мира И. Ньютона, специфические черты его языковой личности – потенциал для дальнейших исследований.

ИНОСТРАННЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Драничникова Д.С., гр. АМЮ-120

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Годунова Е.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Что же мы можем называть русскими терминами в российском законодательстве? Как показывает практика, русский язык содержит не только славянизмы, как утратившие свое использование (закуп, задница/обряжение, доска, мзда, послух и др.), так и использующиеся до сих пор (закон, обыск, грабеж, доклад, суд, явка, пошлина, пристав). Лексика, которую мы используем на настоящий момент, могла быть заимствована как из тюркских языков (деньга, таможня, ясак, казна, кабала), так и из греческого (грамота, хартия, апатриды).

Юридическая лексика содержит в себе множество латинизмов. Использование латинизмов непосредственно связано с гражданским законодательством (кодекс, акт, квота, эксперт, декларация, колония, компенсация, конфискация, кредит, кредитор, претензия, протест, легализация, рецидив, аргумент, алименты, автор, депозит, акцепт, субъект, оферта, концессия, сервитут, нотариус, террор, аффект, вердикт, алиби, эмансипация, юрисдикция, диверсия, лицензия, комитент, секвестр, санкция, агент, мораторий, контракт, симуляция, декрет, деликт).

На юридическую лексику непосредственно повлияли нормативные акты европейских стран, примерами могут служить: Кодекс Наполеона 1804 года и Германские гражданское уложение 1896 года.

Из французского законодательства к нам пришли такие слова, как: деклассированный, деморализация, департамент, пари, мотив, мародерство, изоляция, режим, патронаж, акциз, акция.

Также русский язык перенял немецкую лексику, например: вексель, индоссант, штраф, адвокат, арбитр, прокурор, сертификат, рента, шикана и другие.

На сегодняшний день велико международное влияние англоязычного мира. Русский язык активно перенимает термины, связанные с бизнесом. Примерами служат такие слова, как лизинг, пролонгация, дефолт, диверсификация, дилер, инвестор, краудфандинг, маркетинг, менеджмент, интернет, риэлтор и др.

Однако заимствование иностранной лексики порождает ряд проблем, с которыми сталкиваются суды и юристы в нашей стране.

Первая проблема – это наличие иностранных заимствований, имеющих русские синонимы. Например, контракт – договор/соглашение, лизинг –

финансовая аренда, юстиция – правосудие, юрист – правовец, процесс – действие, прецедент – случай, криминальный – уголовный, вербальный – словесный, вердикт – решение. Также существует проблема использования иностранных заимствований, имеющих значение отличное от общепринятого. К примеру, пари в повседневной жизни используется в значении «процесс», а в федеральном законодательстве пари является видом азартной игры. По мнению некоторых цивилистов, пари равносильно понятию «азартная игра». Также зачастую используются иностранные термины, имеющие разное значение в нескольких законах.

С 26 октября 2022 г. в Государственную Думу внесён законопроект о поправках в ФЗ «О государственном языке Российской Федерации». В соответствии с ним, законодатель планирует ограничить использование иностранной лексики государственными органами и судами РФ.

МЕСТО И РОЛЬ ЗНАКОВ ПРЕПИНАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Алдохина А.В., гр. АМФЗ-120

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Компьютеризация, являющаяся одной из важнейших составляющих НТР, началась в конце XX века и продолжается по сегодняшний день. С течением времени персональные компьютеры, планшеты и смартфоны упрочили позиции в качестве помощников человека и приобрели статус предмета быта; с появлением этих гаджетов способы коммуникации перешли на принципиально иной уровень.

Общение в Интернете не соответствует в полной мере ни устной, ни письменной форме реализации речи. Оно парадоксально является и синхронным, и разделенным в пространстве и времени. Исходя из факта фиксации, а также отдаленности коммуникантов, именно письменная речь должна быть названа основой сетевого взаимодействия. Однако оторванность времени создания и восприятия текста компенсируется возможностью обмениваться информацией параллельно с разными адресатами, сближая письменную по форме цифровую коммуникацию с устной речью. Таким образом, Интернет-дискурс предстает в качестве устно-письменного сообщения, сетевые жанры которого включают в себя как диалогическую (комментарии, форумы, блоги), так и монологическую (пост) модель.

В работе представлен анализ комментариев и постов из социальной сети ВКонтакте, мессенджера Telegram и видеохостинга YouTube, а также личных сообщений, предложенных студентами-филологами. Общие характеристики развития современной Интернет-пунктуации следующие:

- интонационный принцип оказывает влияние на рост числа ошибочно поставленных знаков препинания, а присущая устной речи эмоциональность – на изменение их семантических функций;
- знаки опускаются в угоду скорости набора текста; написание коротких предложений приводит к неупотреблению ряда символов;
- получает распространение синергия определенных знаков.

Важно обратить внимание на то, что сам факт появления и стремительной эволюции Интернет-дискурса представляет собой закономерный процесс развития как социума, так и языка. Общение в сети стремится к упрощению и избавлению от отнимающего время и усилия, однако это свидетельствует о выходе языка на новый уровень, а не его деградации.

ТЮРКИЗМЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: ПОЯВЛЕНИЕ И АДАПТАЦИЯ

Четина Д.Р., Баева Д.А., гр. АМФЗ-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Тихонова В.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Лексика русского языка, как и любого другого, состоит из исконных и заимствованных слов, что обогащает и развивает как сам язык, так и общество, владеющее этим языком. Значительный пласт лексики русского языка образуют тюркизмы.

В работе принимаем определение тюркизма как слово, заимствованного из какого-нибудь тюркского языка или созданного по образцу тюркского слова.

Хронологически можно выделить несколько слоёв тюркских заимствований:

1. Унаследованные тюркизмы из праславянского языка.
2. Древнерусские заимствования домонгольского периода.
3. Древнерусские заимствования из тюркских языков периода Золотой Орды.
4. Заимствования XVI—XVII веков (заимствования этого времени особенно многочисленны, что объясняется культурным влиянием Османской империи).
5. Заимствования XVIII—XX веков. Тюркизмы оставили заметные следы в лексике восточнославянских языков – русского, украинского и белорусского, а также оказали некоторое влияние на их фразеологию и грамматику. Древнерусские памятники письменности сохранили антропонимы, этнонимы и топонимы древних тюрков Восточной Европы.

В определенные периоды истории России культурное влияние оказывала и Османская империя. Это влияние особо распространяется на начало XVII–XVIII вв. К этому периоду относятся известные турецкие заимствования.

Турецкий язык принадлежит алтайской группе урало-алтайской языковой семьи, так же как финский и венгерский языки.

Русский язык принадлежит к восточнославянской подгруппе славянской группы индоевропейской семьи. Безусловно, языки далекие друг от друга, что вызвало определенный языковой интерес к тому, как слова, заимствованные из

турецкого языка, проникали и закреплялись в лексическом и грамматическом строе русского языка.

При анализе турецких заимствований было установлено проникновение в русский язык слов, заимствованных из арабского, персидского, иранского и других языков, где турецкий язык выступал как посредник. И наоборот, турецким заимствованиям в русский язык открывали путь другие языки.

Проведенное исследование показало высокую частотность использования заимствований из тюркских языков в русском языке.

ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА МУЗЫКИ ВИКИНГОВ

Бунова А.А., гр. АМИКГ-121

Научный руководитель: ст. преп. Крутова Ю.А.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

VIKING AGE MUSIC TEXT FEATURES

The Vikings are early medieval sailors and warriors from the regions of Scandinavia (Denmark, Sweden, Norway, etc.), who made sea voyages and recognized their cruelty and ruthlessness, appreciated skill in battle, but also revered literature and art.

Unfortunately, the written culture of the peoples of Scandinavia was formed already at the end of the Viking Era, so most of the literature and history of the Vikings has no written sources. It is known that Viking literature existed mainly in oral form, with special emphasis on poetry. In their poems, they sang the virtues of the leaders and composed songs about gods and heroes. Great importance was attached to art: the cruel Vikings were the patrons of music.

In the lands inhabited by the Vikings, many fragments of musical instruments were discovered by archaeologists, and thanks to the excavations, we know that they played tambourines, flutes, drums and tagelharpa. The Vikings also played stringed instruments, the most popular of which was the lyre. According to historians, the lyre was an instrument of the elite of Viking society. The Viking lyre was similar to a harp, but smaller in size, the body of the lyre was wooden, oblong or oval in shape, the strings were made from sheep's intestines, and the number of strings could vary from 5 to 7.

In addition to the instruments that were mentioned above, in the Viking era there was a special musical horn called "lur". Scientists have found a large number of horns in Viking longboats and burial ships. Thus, we can conclude that it was the most common musical instrument of that period.

During the Viking era, people believed in magic and believed that songs with music had the same power as magic spells. That is why the northern peoples sang during the rituals of the Vikings: they turned to the gods and praised their great deeds.

It is rather difficult to say exactly how the Viking songs sounded. The oldest known secular song is "Drømde mik en drøm i nat". The song, written in Old Norse, dates from around 1300. It is written in runes and its melody is recorded on two simple staves in an early form of music notation. The lyrics of the song "Drømde mik en drøm i nat um sillki ok ærlík pæl" can have different readings:

- I dreamt a dream last night of silk and fine fur;
- I dreamt a dream last night of silk and expensive cloth.

However, both options are questioned, since the luxury in the life of the Vikings is contrary to the Codex Runicus. It is likely that the word "silk" can be seen as akin to the old Nordic word "slik", which means "equality", "honesty", and therefore better suited for understanding the text.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫВЕСОК ГОРОДА ВЛАДИКАВКАЗ

Джанаева С.Т., гр. АМФЗ-122

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В. Маяковский назвал вывески железными книгами. Это то, что каждый видит на улицах города, но не всегда обращает внимание. Однако их тоже можно и нужно читать. Интересно, что означает каждое название, почему так или иначе называется этот магазин или центр, на каких языках вывесок больше всего, и что послужило этому причиной. Все это – отражение жизни в современном мире. Вывески – лицо города во все времена.

Какое соотношение русского языка, осетинского и других языков в названиях вывесок Владикавказа? Каковы социальные, языковые, потребительские предпочтения жителей города, что им кажется наиболее привлекательным? Какие вывески сейчас самые востребованные, популярные и модные? Какая тематика наиболее распространена в названиях заведений? Какой он – мир вывесок?

Мы проследили языковые особенности вывесок нашего города и определили соотношение русского, английского, осетинского и других языков в названиях заведений. В вывесках как средстве наружной рекламы в Осетии русский язык теряет ведущее положение, уступая место другим языкам, в основном, английскому. Количество вывесок на русском и английском языках практически одинаковое. Вывесок на осетинском языке малое количество.

Наибольшее количество вывесок – названия следующих заведений:

1) организации, занимающиеся выпечкой традиционных осетинских пирогов;

2) пивные, табачные заведения, кафе и рестораны. Это самые востребованные (за исключением продуктовых магазинов) потребительские предпочтения жителей Владикавказа.

Все рассмотренные нами вывески были распределены на группы по языковым и тематическим особенностям. Впервые в Северной Осетии были подсчитаны вывески проспектов и главных магистральных улиц города Владикавказа, дано их точное количество (315) и подробная характеристика, сделана классификация, типология и описание с языковой и социальной точек зрения.

ФЕМИНИТИВЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Юношева А.А., гр. АМФЗ-122

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В современном мире всё чаще наблюдается интерес к словам-феминитивам, особенно много внимания им уделяется в медиапространстве. Именно изучению этих слов посвящена данная работа. Основная цель – выявить особенности функционирования феминитивов в русском языке на основе наблюдений и анализа имеющейся информации.

Проанализировав историю употребления гендерной лексики, удалось выявить, что в истории русского языка прослеживается тенденция к образованию феминитивов на протяжении длительного времени, что подтверждает взаимосвязь языка с социолингвистической ситуацией во все времена.

В работе приводятся результаты опроса, которые помогают сделать выводы о сферах и активности употребления феминитивов в наши дни, о закономерностях и способах их образования. Представлены различные точки зрения филологов на возможность функционирования новых феминитивов в языке.

На основе исследования и личных наблюдений сделаны вывод о важности существования гендерной лексики в языке, её востребованности и актуальности в ближайшем будущем.

РЕЛИГИОЗНОЕ VS НАУЧНОЕ В ТВОРЧЕСТВЕ NOIZEMC («ВСЕЛЕННАЯ БЕСКОНЕЧНА?») И ДРАГНИ («ЕВАНГЕЛИЕ ОТ ВСЕЛЕННОЙ»)

Винярская Н.Б., гр. АМФЗ-122

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Юзефович И.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Noize MC (настоящее имя - Алексеев Иван Александрович) – российский рэп-рок-исполнитель. Автор известен поднятием острых и важных тем в своих произведениях. Он использует большое количество аллюзий в своих текстах,

чем привлекает слушателей любого возраста, мировоззрения и вероисповедания.

В песне “Вселенная бесконечна?” рэпер рассуждает о Боге. Он пытается понять, какова на самом деле Вселенная. В одной из своих работ Стивен Хоккинг говорит о существовании параллельных вселенных, которые похожи на нашу, но всё в них по-другому. Именно об этом парадоксе в названной выше песне говорит рэпер. В припеве он говорит о Боге, используя аллюзии к Ветхому Завету, отсылаясь к идее сотворения мира.

Драгни – российский музыкант, рэп-исполнитель. В песне “Евангелие от Вселенной” он рассматривает Вселенную с разных точек зрения, о которых узнает из разных источников: “В школе говорили «наука», мама говорила «Бог», а папа, папа говорил «пришельцы».” В произведении он ищет ответы на вопросы о появлении планеты, обращаясь к Ветхому и Новому Завету, науке. В рамках доклада предпринимается попытка сопоставительного анализа двух указанных песен и рассмотрения религиозных и научных точек зрения о Вселенной в творчестве Драгни и Noize MC.

Секция 3. «Иудаика: еврейские диаспоры и современный Израиль»

ИВРИТСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Айдинян К.Ю., гр. АМФЗ-120

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Явление заимствований довольно легко объяснимо. Мировая литература, исторические события, межнациональные коммуникации привели к смешению языков и образованию пластов заимствованной лексики в каждом существующем.

Мы знаем, что огромное количество заимствований пришло в русский из языков западной Европы: французского, немецкого, английского. Но огромную долю лексики этих языков, в свою очередь, также составляет заимствованная.

Английский язык считается лидером по количеству заимствований. Доля, которую составляет этот лексический пласт, составляет 75%, включая заимствования из иврита и идиша.

Большая часть ивритских слов пришла из Библии. В эпоху Возрождения глубоко интересовавшиеся Ветхим Заветом христианские ученые предпочитали заново переводить его с древнееврейского подлинника, а не пользоваться «Вульгатой» – его первым переводом на латынь. В эпоху Ренессанса глубоко изучавшие Ветхий Завет христиане считали правильным самостоятельно переводить его с древнееврейского без помощи «Вульгаты».

Ивритские (и семитские в общем) заимствования глубоко проникли в язык и оттого стали менее заметны, речь не только о словах, но и о целых выражениях: «down to the sea by ships» (יֵרֵדוּ הַיָּם בְּסֵפִיכוֹת) или «a drop in a bucket» (כֶּמֶר מְדֻלֵּי). Частым является калькирование в большей степени с идиша. Например: bagel, glitch, klutz, kosher, nebbish.

Иврит – язык Библии, благодаря чему не только в английский язык, но и в языки по всему миру глубоко вплетены слова и фразы с древнееврейскими корнями. И чем дольше погружаться в изучение, тем больше неожиданной информации и связей можно обнаружить.

ГЕНДЕР В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ИВРИТА

Пак В.О., гр. АМФЗ-120

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Гендер, будучи в первую очередь междисциплинарным понятием, появился в лингвистике относительно недавно – во второй половине двадцатого века. Данное понятие трактуется лингвистами по-разному: одни считают, что гендер тождественен грамматической категории рода, другие

утверждают, что гендер – это прежде всего социальная характеристика, которая в лингвистическом контексте проявляется в языковых стереотипах.

Иврит, как и многие языки, является андроцентричным, и его андроцентризм выражается, прежде всего, на лексическом уровне. Например, лексемы שׁוֹרֵץ и שׁוֹרֵץ, которые образованы от корней «сильный» и «слабый» соответственно; соотносительность значений «муж» и «хозяин» лексемы בעל и отсутствие значения «жена» у лексемы בעלה; обозначение женщины как «венца своего господина» в Ветхом завете; использование лексемы בעל вместо שׁוֹרֵץ в притчах Соломона, доказывающих социальное первенство мужчины и патриархальный уклад жизни. Так, лексический андроцентризм лишь укрепляет стереотип о первичности мужчины и вторичности женщины.

Одной из главных особенностей иврита является классифицирующая категория рода, т. е. совпадения грамматического рода с полом адресата. Женские номинации оформляются формантами - ל и -ל. В современном иврите зафиксированы новые случаи возникновения женского рода от мужских номинаций профессий: כלכלנית. Это является косвенным доказательством возможности образования женского рода от любой номинации.

Сегодня израильтянки уделяют большое внимание к выражению гендера в языке. По результатам исследования лингвиста Rotem Izhaky, все опрошенные женщины считают необходимым изменение гендерной структуры иврита. Так, израильтянки чаще используют в речи феминитивы, а также заменяют привычные местоимения הם и הן на הן и הן при обращении к разнополой группе лиц.

Исходя из этого, мы можем судить о такой особенности гендера в контексте современного иврита, как его проявление и в языковых стереотипах, и в грамматическом роде.

РАЗРАБОТКА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ НА ОСНОВЕ УЧЕБНОГО КОРПУСА СОВРЕМЕННОГО ИВРИТА

Маккавеева Ю.А., гр. АМФЗ-119

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Будман Ю.Д.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В рамках нашего студенческого проекта мы занимаемся созданием корпуса современного иврита на основе субтитров к современным израильским фильмам и сериалам. На сегодняшний день корпусная лингвистика – это один из наиболее актуальных и активно развивающихся разделов языкознания. Использование учебного корпуса, согласно нашему замыслу, должно помочь студентам-филологам освоить методы корпусных исследований еще на этапе написания курсовых работ.

Поскольку направления исследования текста на основе корпуса могут быть различными, и каждому из них соответствует своя терминология, возникла необходимость составить сборник заданий, по которым студенты

смогут получить практические навыки, познакомиться с особенностями работы с языковым материалом и, как следствие, повысить уровень собственных научных исследований.

Перед нами встали следующие задачи: проанализировать различные направления исследований языка вообще, отобрать и структурировать те из них, которые могут быть применены к нашему учебному корпусу, а затем собрать необходимую теоретическую базу (краткое описание метода исследования, основные термины и др.) и сформулировать непосредственно практические задания на поиск по корпусу и интерпретацию полученных результатов.

В сборнике заданий будут освещены как общие темы (например, какие бывают корпуса текстов, как ими пользоваться, чтобы получить результаты, соответствующие целям исследования), так и особенности языка иврит (особенности письменности, деление на регистры, социолекты, различные традиции произношения и т.д.).

ВЛИЯНИЕ АРАБСКОЙ ПОЭЗИИ НА ЕВРЕЙСКУЮ ПОЭЗИЮ В СРЕДНЕВЕКОВОЙ ИСПАНИИ

Сиволап Е.А., гр. АМФЗ-120

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Будман Ю.Д.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В данном исследовании предпринята попытка оценить влияние средневековой арабской поэзии на средневековую еврейскую поэзию.

Средневековая еврейская светская поэзия, по-видимому, зародилась в мусульманской Испании под непосредственным влиянием светской арабской поэзии, которая достигла своего апогея в Ираке и продолжала развиваться в Аль-Андалусе (мусульманской части Испании и Португалии).

Еврейская поэзия и литература в Испании, конечно, не ограничивались мусульманским периодом, но именно на этот период пришелся пик их развития, который позже стали называть «Золотым веком» еврейской культуры в Испании.

По словам исследователя «Золотого века» еврейской литературы Льва Утевского, «еврейская поэзия вобрала в себя идеи и формы арабской поэзии, многообразие и изысканность мусульманского ренессанса, став при этом блестящим выражением еврейских идей и чувств».

Кроме общего влияния арабского на иврит, сами формы еврейской поэзии, многим обязаны арабским моделям. Доисламская еврейская поэзия уже знала рифму, и, как показало аналитическое исследование Дж. Ширманна «Еврейская литургическая поэзия и христианская гимнология», возможно даже, что именно там рифму впервые стали применять систематически. Но многие другие элементы формы, такие как использование различных метров, изящной

и очень эффективной организации строф, были напрямую заимствованы из арабской поэзии.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ПЛОЩАДКА ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ НОРМЫ

Андреева Е.В., гр. АМФЗ-120

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В сфере изучения языков, в частности изучения языка иврит, действует множество образовательных организаций дополнительного образования, школ, частных лиц и издательств, рекламирующих свои услуги. Почти у всех из них есть страницы в социальных сетях – платформах, предназначенных для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений. В социальных сетях организации и частные лица освещают свою деятельность, связываются с аудиторией. Они также используют страницы в социальных сетях для продвижения своих услуг.

Реклама в социальных сетях как инструмент коммерческого продвижения хорошо подходит для продажи товаров или услуг. Однако, социальные сети предлагают также и некоммерческие инструменты продвижения своих блогов. Если владелец страницы в социальной сети использует большинство ее сервисов (не только форму написания поста, но и, например, формат коротких видео, пользующийся большой популярностью), то делает свой контент доступным наибольшему количеству пользователей, поскольку продвигает информацию разнообразно.

Бесплатными инструментами продвижения контента пользуется аккаунт Академии языка иврит в Instagram¹. В случае Академии их страница в этой социальной сети стала полноценной платформой продвижения языковой нормы иврита.

Языковая норма – совокупность общеупотребительных языковых средств, признаваемых обществом наиболее пригодными в конкретный исторический период. Академия языка иврит является организацией-регулятором иврита: ей принадлежит право устанавливать грамматические, лексические и терминологические нормы иврита, включая разработку и официальное утверждение неологизмов. Нормативные постановления академии обязательны к использованию органами государственной и местной власти, государственными научными и образовательными учреждениями, включая управление телерадиовещания.

Сообщество активно общается с подписчиками с помощью опросов в «stories», часто посвященных тонкостям грамматики. Например, в «highlights»

¹ Деятельность Meta (соцсети Facebook и Instagram) запрещена в России как экстремистская.

(история, которая закрепляется под шапкой страницы и не исчезает спустя 24 часа) «רגע של עברית» («Секунда иврита») подписчикам сообщества предлагается выбрать правильную форму спряжения глагола состояния «לגדול» («расти, вырастать») из двух вариантов (нормативного для всего будущего времени глагольной группы и исключения). После выбора ответа публикуются результаты голосования и объяснение правильного варианта ответа.

На наш взгляд, такой формат взаимодействия с аудиторией, изучающей язык, очень выигрышен, так как, во-первых, пользователь имеет возможность «соприкоснуться» с языковой нормой, не прерывая своей привычной активности – просмотр ленты в социальной сети. Во-вторых, формат быстрого поглощения и обработки информации как никогда актуален. В 2002 году компания «Microsoft» проводила исследование времени концентрации внимания человека и выяснилось, что средняя продолжительность концентрации – 12 секунд. В 2015 году такое же исследование выяснило, что этот показатель уменьшился до 8 секунд. Исследователи связывают эти показатели с необходимостью быстро обрабатывать информацию: «Мы наблюдаем перенастройку человеческого мозга» (Дана Бойд, «Microsoft Research»). Обычному пользователю хватит восьми секунд, чтобы обработать информацию из поста Академии, дать ответ, получить моментальную реакцию (в зависимости от правильности выбранного варианта), заинтересоваться в вопросе и прочитать объяснение, предложенное на следующих «stories» в компактном формате. В-третьих, заинтересованный пользователь может перейти на страницу сообщества и посмотреть остальные материалы Академии, такие как короткие видео «Reels» или более длинные текстовые посты, сопровождаемые яркой, отражающей суть материала картинкой. Помимо словообразования, Instagram Академии также публикует материалы, посвященные заимствованию иностранной лексики в иврит. Например, в посте про популярные «crop tops» редакторы предлагают использовать вместо калькирования английской фразы ивритское выражение חולצת קטום – «резаная футболка». Еще один пример освещения лексики на странице Академии – пост, посвященный слову «סיגריה» («сигарета») и инициативе ряда активистов переименовать его в «סרטנית» («рак») с целью стигматизации курения. Эта инициатива была отклонена, в данном случае Академия посчитала калькирование лучшим вариантом.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЕВРЕЙСКИХ НАДГРОБНЫХ НАДПИСЕЙ НА ИВРИТЕ

Попова А.М., гр. АМФЗ-120

Научный руководитель: ст. преп. Григорян И.Б.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В исследовании автор проводит лингвокультурологический анализ ивритоязычных эпитафий, встречающихся на надгробиях на еврейских

кладбищах России, Украины и Беларуси. Основная задача работы заключается в том, чтобы выявить и понять особенности, отличающие еврейские надгробные надписи от нееврейских, а также их классифицировать.

В теоретической части исследование опирается преимущественно на работы М. Носоновского от 1994, 2005, 2006 и 2008 годов. В литературе рассматриваются компоненты еврейской ивритоязычной эпитафии и выводится её универсальная «формула», куда традиционно входят: вступление, имя усопшего, дата смерти, евлогия, восхваление почившего, выражение скорби и упования на возрождение с приходом Мессии. С помощью описанной М. Носоновским структуры эпитафии стало возможным характеризовать своеобразие еврейских надгробий России, Украины и Беларуси в лингвистических и культурологических аспектах.

Также для достижения поставленной цели были затронуты общие принципы оформления еврейских кладбищ и могил.

РОЛЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ФОНДА СТМЕГИ В СОХРАНЕНИИ ЯЗЫКА ГОРСКИХ ЕВРЕЕВ ДЖУУРИ

Шкуропатская И.А., гр. МАГ-Ф-221

Научный руководитель: ст. преп. Назарова Е.М.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

1. После распада СССР в начале 1990-х гг. в Москву из традиционных мест проживания на Кавказе начали во множестве переселяться горские евреи. В конце 1990-х и в начале 2000-х гг. лидерами общественных движений начинают создаваться благотворительные организации горских евреев, ориентированные на сохранение языка, литературы, культурных традиций народа.

2. В 2001 г. создается Региональный благотворительный общественный фонд поддержки горских евреев СТМЭГИ, деятельность которого охватывала все сферы общинной жизни: религию и духовно-нравственное воспитание, историю и традиции, обычаи и обряды, язык и литературу, культуру и искусство и многое другое. Как показало время, фонд СТМЭГИ по значимости проводимой им работы по сохранению культурного наследия завоевал среди горских евреев статус популярной и эффективной общественной организации.

3. В 2010 г. язык джуури по заключению Международной ассоциации ученых-лингвистов и ЮНЕСКО (ООН) по ряду признаков был занесен в «Атлас языков мира, находящихся под угрозой исчезновения».

4. В процессе сотрудничества фонда со специалистами и знатоками языка джуури и национального образования в 2014 г. была составлена комплексная программа по изучению, сохранению и возрождению языка джуури.

5. Далее в докладе рассматриваются конкретные, профессионально обусловленные меры и предпринятые фондом действия по организации изучения, сохранения и популяризации языка джуури, прежде всего, среди

детей младшего дошкольного и среднего школьного возраста на базе воскресных школ при общинных центрах; создание «Языковых гнезд»; издание словарей, букварей, учебников и методических материалов; создание электронных словарей для мобильных устройств; пропаганда родного языка и литературы и многое другое.

6. Благодаря более чем девятилетней (с 2014 г.) поддержке языка джуури, заметно возрос интерес к родному языку со стороны его носителей. Буквально на глазах стал подниматься уровень владения языком среди младшего поколения горских евреев. Заметно выросла роль родного языка в этнокультурной самоидентификации горских евреев, что, в свою очередь, существенно повлияло на рост горско-еврейского самосознания. При этом социолингвисты отмечают, что родной язык джуури оказался на первом месте в иерархии горско-еврейской идентичности.

ВКЛАД РАВВИНА ЭСЕФА ИТОМА ПИНХАСОВА (1884-1920) В ФОРМИРОВАНИЕ ЕВРЕЙСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ НА ЯЗЫКЕ ГОРСКИХ ЕВРЕЕВ ДЖУУРИ

Шуминова М.Ю., гр. МАГ-Ф-221

Научный руководитель: ст. преп. Назарова Е.М.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

1. Горские евреи, как и другие субэтнические группы евреев в диаспоре, всегда были многоязычны. Функцию сакрального языка, языка литургии, религиозной литературы и практики у них всегда выполнял древнееврейский язык: ивр. Лашон а-кодеш, на джуури зугьун Турои/Тирои “язык Торы (древнееврейский язык)”.

2. Первый алфавит языка джуури, основанный на приспособлении еврейского алфавита к звуковой системе языка, был создан раввином Эсефом Итомом Пинхасовым (1884–1920).

3. Р. Эсеф Пинхасов получил в 1902 г. религиозное образование в городе Ковно (совр. Каунас, Литва) в ешиве р. Ицхака Элханана Спектора (1817–1896), который поддерживал сионистскую организацию «Ховевей Цион». Вернувшись в Дербент, Эсеф Пинхасов стал одним из активных распространителей идей сионизма в среде горских евреев.

4. Вместе с раввином Ишая Рабиновичем они открыли в 1904 г. в Дербенте первое русско-еврейское реальное училище, которое стало впоследствии местным очагом культуры. Сионистское движение в Дагестане становится в эти годы очень популярным. Известные в Дербенте сионистские деятели Мететийову б. Меворах Богатырев и Шельмю б. Мардахаев создали частное издательство, планируя издавать литературу на родном языке. Издатели пригласили к сотрудничеству р. Эсефа Итома Пинхасова и р. Ишая Рабиновича.

5. Р. Эсеф И. Пинхасов стал автором первых литературных опытов с использованием нового алфавита. Так, в 1908 г. он перевел с иврита книгу

И.Сапиро «Сионизм», которая была издана еврейским алфавитом в типографии в Вильно. В следующем 1909 г. он взялся за большую работу и перевел на язык горских евреев молитвенник (сидур) «Кол Тфила», который также был опубликован в этой графике в Вильно. Легший в основу этих книг еврейский алфавит получил распространение в горско-еврейской среде и использовался до перехода на латинский алфавит.

6. На этом алфавите в первое советское десятилетие выходили учебники и книги для чтения на языке джуури, которые использовались для ликвидации безграмотности среди горских евреев. Даже после создания нового латинского алфавита первая горско-еврейская газета «Зэхьметкеш» («Труженник»), начавшая выходить в 1928 г., еще три года до 1932 г. печаталась на еврейском алфавите, созданном р. Эсефом Итомом Пинхасовым, и лишь потом перешла на латиницу.

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННЫХ ЕВРЕЙСКИХ ОБЩИН

Якубова С.А., гр. МАГ-Ф-221

Научный руководитель: ст. преп. Назарова Е.М.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

1. На протяжении длительного времени самыми популярными для изучения среди еврейских языков были иврит и идиш. В последние годы в контексте иудаики началось изучение и других, менее известных еврейских языков. Одним из таких языков стал язык горских евреев джуури, входящий по генеалогической классификации в иранскую группу индоевропейской семьи языков.

2. Наблюдаемое около трех десятков лет после распада СССР стремление научного сообщества вовлечь изучение языка джуури в сферу академической иудаики - важное веяние времени. Оно свидетельствует, что ушли в прошлое непростые для горских евреев советские времена господства татского идеологического мифа, который был направлен на деформацию этнического самосознания народа.

3. С целью восстановления и сохранения историко-культурного наследия горских евреев для будущих поколений в конце 1990-х и в начале 2000-х гг. в России начали формироваться горско-еврейские общественные организации, деятельность которых была направлена, в том числе, и на сохранение языка джуури. Одной из таких общественных организаций стал Региональный общественный благотворительный фонд СТМЭГИ.

4. После 2010 г., когда по заключению Международной ассоциации ученых-лингвистов и ЮНЕСКО язык горских евреев наряду с целой группой других языков был занесен в «Атлас языков мира, находящихся под угрозой исчезновения», на повестку дня исследователей еще более настоятельно встал вопрос о возрождении и сохранении языка джуури.

5. В 2021 году в РГУ им. А.Н. Косыгина открылась первая в истории горских евреев очная магистерская программа, направленная на изучение, сохранение и популяризацию языка джуури, инициатором создания которой, помимо научного сообщества, стал фонд СТМЭГИ. Преподавательский состав программы сформирован на базе кафедры филологии и лингвокультурологии института «Академия имени Маймонида». Учебный план программы, включающий перечень специальных «еврейских» дисциплин, соответствует запросам университета и общине горских евреев, чьи интересы представляет фонд СТМЭГИ.

6. В ходе обучения на программе магистранты проходят производственную учебную практику на базе общинных центров в инновационном формате “Языковые гнезда”, основной целью которой является языковое “погружение” и передача “живого” языка от старшего поколения носителей к более младшему, побуждая тем самым интерес к изучению языка.

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ИВРИТЕ

Шадрина Г.А., гр. МАГ-Ф-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Одной из важных составляющей жизни является интернет-коммуникация. На фоне быстрого развития интернет-пространства общеупотребительная лексика иврита также активно развивается, помогая расширить словарный запас большинства пользователей.

Процесс реализации общения в Сети возможен благодаря разным платформам: блоги, социальные сети или интернет-форумы. На сегодняшний день для пользователей социальные сети являются второй реальностью. Это социальная структура, которая состоит из социальных групп или отдельных индивидуумов.

Основной целью среди пользователей или сообществ социальных сетей является привлечение внимания. Для этого социальные сети предоставляют различные средства, такие как: идентификация — предоставление личных данных в вербальном или в визуальном и аудиовизуальном видах. С помощью таких инструментов пользователь создает свой виртуальный образ и своё окружение, а также заводит отношения, например, дружеские, семейные или со статусом коллеги. Помимо создания круга общения, социальные сети служат источником информации. С помощью различных сообществ, пабликов или групп пользователи могут найти необходимую им информацию по интересам.

Таким образом, социальные сети — это виртуальный мир, предоставляющий возможность создать свое второе «Я» благодаря техническим и социальным возможностям. Помимо общения с другими

пользователями, создания образа или целых сообществ социальные сети позволяют делиться результатами деятельности с обширной аудиторией.

ПОНЯТИЕ КОНФЛИКТНОСТИ В ТЕКСТАХ ИЗРАИЛЬСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Таубер С.П., МАГ-Ф-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Израильская реклама, как и любая другая реклама, в последнее время стала частью коммуникативной культуры. Некоторые факторы, такие как конфликтогенность рекламного текста и его манипулятивная часть, зачастую влияют на повышение интереса у ученых многих научных областей, и одновременно с этим они требуют дальнейших индивидуальных разработок.

Конфликтогенные тексты представляют собой словесные сочинения, распространенные с помощью средств массовой коммуникации и вовлеченные в юридическую отрасль ввиду появления и распространения различных конфликтов в социуме.

Существуют такие факторы, как психологические, физиологические и социокультурные, приводящие к появлению речевого конфликта и превращающие обычные тексты в «конфликтогенные».

Мы часто становимся свидетелями того, что в рекламе изображены негативные стереотипы, касаемо определенной группы людей, которые должны продемонстрировать типичного представителя этой группы. Это становится наиболее очевидно, когда в рекламе используют гендерные стереотипы. Под гендером подразумеваются социальные и культурные различия между женщинами и мужчинами, которые были созданы обществом.

Рассматривая подобные примеры, можно сделать вывод, что, с одной стороны, подобные стереотипы способствуют принятию людьми их ролей в гендерном плане, а с другой стороны, они искажают реальность. Более того, начинают все чаще и чаще возникать сложные и конфликтные отношения между мужчинами и женщинами на почве гендерных стереотипов.

Конфликтогенный характер рекламных текстов может выражаться в различных сферах – социальной, религиозной, национально-этнической. Это повышает значимость лингвистической экспертизы, этического и правового регулирования в данной сфере.

В наше время рекламная отрасль становится все ближе к термину «конфликтогенность», а ее тексты все чаще становятся поводом для возникновения конфликта. Многие тексты израильской рекламы могут иметь конфликтогенный характер любой направленности: социальной, религиозной или национально-этнической.

ОСОБЕННОСТИ ИЗРАИЛЬСКОГО СТЕНДАПА

Фоменко А., гр. МАГ-Ф-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Юзефович И.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В современном мире и даже через всю нашу историю юмор был и остаётся неотъемлемой частью человеческого быта. Одним из самых интересных и сложных для понимания видов национального юмора является еврейский юмор. Преобладающим комедийным жанром в настоящее время является стендап.

Израильский стендап, хоть и разнообразен, предпочитает игру слов, иронию и сатиру, а его темы являются крайне антиавторитарными, высмеивают как религиозную, так и светскую жизнь. Наиболее характерными чертами еврейского юмора и, в частности, стендапа можно считать преобладание иронии и особенно самоиронии.

В отличие от тщательно завуалированного юмора в английских анекдотах, в израильских анекдотах он бьет ключом. Часто израильский юмор направлен на то, чтобы вскрыть какие-то явления, о которых принято умалчивать. Именно поэтому израильский стендап отличается особой открытостью. В Израиле сатира влияет на процессы, происходящие в обществе, потому что она всем понятна. Она бывает даже груба, но главное – справедлива.

Юмористическая сцена в Израиле отличается большим разнообразием: молодые звёзды и профессиональные артисты стендапа устраивают множество шоу на иврите, русском и английском языках. Израильскому стендапу свойственно стремительное развитие, и многие израильтяне устраивают стендап-шоу на английском языке, высмеивая при этом местную и мировую политику, религию и повседневную жизнь таким образом, что это находит отклик даже в ушах англичанина.

ПЕРЕДАЧА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРИЕМОВ В ПЕРЕВОДАХ ПОЭЗИИ Х.Н. БЯЛИКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Дебердеева З.Р., гр. МАГ-Ф-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц. Юзефович И.В.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Хаим Нахман Бялик – самый широко известный еврейский поэт и прозаик эпохи «национального возрождения», на данный момент относящийся к числу классиков поэзии нового времени на иврите, также писал на идише. Номинант на Нобелевскую премию по литературе описывал в своем творчестве природу, писал на тему еврейства, национального духа, в числе его работ есть и любовная лирика. Поэт занимался также переводами на иврит. Его творчество

оказало влияние на всю еврейскую поэзию двадцатого столетия и вдохновляла русских литературных деятелей Серебряного века.

Говоря о творчестве Бялика, сложно переоценить заслуги этого поэта, а также поклонение перед его трудами всего мирового еврейства. Девятнадцать столетий, проведенных евреями в диаспоре в постоянных преследованиях, привели к тому, что появление Бялика в мире еврейской поэзии вызвало заметную реакцию. Его стихи буквально пробудили национальное самосознание среди евреев. В конце прошлого века действовало несколько движений сионистского типа и каждое пыталось утвердить свою идеологию над другими перед российским и европейским обществом, но ни одно из этих движений не смогло повлиять так, как повлиял Бялик – еврейские ценности, надежды и стремления нашли выражение в его поэзии.

Практически все еврейские поэты до 1920-х годов так или иначе находились под влиянием Бялика. Такое влияние можно приписать так же и Шаулю Черниховскому, единственному другому еврейскому поэту эпохи Возрождения, равному Бялику по росту. Ранняя критика поэзии Бялика главным образом была сконцентрирована на так называемых еврейских национальных темах, которые были обнаружены в его стихах.

Бялик освободил поэтический язык от штампов и канонов, дав своему поэтическому стилю гибкость. Он знаменует переломную эпоху и вместе с тем олицетворяет жизненную силу первоисточников, живую историческую память. Так как писал он преимущественно на древнееврейском языке, прочесть Бялика в подлиннике могли очень немногие, а значит, переводы произведений национального поэта сыграли немалую роль в восприятии его читателями. В рамках доклада проводится компаративный анализ оригинального текста стихотворений Хаима Бялика и их переводов на русский язык, анализируется передача художественных приемов.

КЛАССИКА И ИННОВАЦИИ: ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ИУДАИКИ,
ЯЗЫКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ МИРА

Сборник тезисов докладов внутривузовской научной
студенческой конференции

Научное издание

Печатается в авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.
Все материалы отображают персональную позицию авторов.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Технический редактор
Кондракова Ю.Н.