

**ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»
Институт «Академия имени Маймонида»
КАФЕДРА ФИЛОЛОГИИ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ**

СБОРНИК ТЕЗИСОВ

**СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ С
УЧАСТИЕМ ШКОЛЬНИКОВ 9-11 КЛАССОВ**

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

МОСКВА 2023

**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
НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
С УЧАСТИЕМ ШКОЛЬНИКОВ 9-11 КЛАССОВ**

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

МОСКВА - 2023

КЛАССИКА И ИННОВАЦИИ: ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ИУДАИКИ, ЯЗЫКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ МИРА: сборник тезисов докладов научной студенческой конференции с участием школьников 9-11 классов. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 59 с.

Сборник составлен по материалам тезисов выступлений участников научной студенческой конференции с участием школьников 9-11 классов «Классика и инновации: исследования в области иудаики, языков и литературы мира» (12.12.2023 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

канд.филол.н., доц. Годунова Е.В., доцент кафедры филологии и лингвокультурологии
канд.филол.н., доц. Кондракова Ю.Н., заведующая 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 978-5-00181-544-0

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии, Дизайн, Искусство)», 2023
© Коллектив авторов, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. «Лингвострановедение англоязычных стран»	7
<i>Демченков Г.С.</i> Профессиональная терминология в американском и британском праве: сравнительно-сопоставительный анализ	7
<i>Баева Д.А.</i> Язык гламура: особенности лексики, структуры предложений и коммуникативных стратегий в контексте создания образа роскоши и стиля жизни	8
<i>Четина Д.Р.</i> Кросскультурный лингвистический анализ рекламных стратегий косметических товаров для женщин в Турции, России и англоязычных странах	9
<i>Подсадник В.Е.</i> Анализ многозначности и семантики слова «love» в английском языке	10
<i>Аббасова Э.М.</i> Лингвостилистический анализ текстов англоязычной социальной рекламы	11
<i>Крюкова С.С.</i> Языковые портреты Ф. Меркьюри и Э. Ширана: анализ лексических, синтаксических и стилистических средств языка как средства формирования творческого имиджа и воздействия на слушателя	13
<i>Кирдяпкина Д.В.</i> Лингвокультурологические особенности британского юмора	14
<i>Юношева А.А.</i> Жанровая и языковая специфика интервью в развлекательном ток-шоу (на примере программы «The Ellen Degeneres Show»)	15
<i>Изотова М.А.</i> Специфика англоязычного научного текста	16
<i>Винярская Н.Б.</i> Американский юмор в сериале «Сверхъестественное»	17
<i>Семенова Н.Р.</i> Использование фразеологизмов в англоязычном рекламном дискурсе	18
<i>Джанаева С.Т.</i> Юмор и способы его передачи в американском	19

анекдоте

Лавренюк А.В. Функционирование неологизмов с гендерным компонентом в медиапространстве 21

Параскун И.А. Анализ стратегических принципов перевода Н.А. Полевого при переводе монолога Гамлета из трагедии Уильяма Шекспира «Гамлет» 22

Гончукова А.В. Фразеологизмы с именем числительным в английских песнях 23

Слесарчук А.С. Способы передачи будущего времени в современном английском языке 24

Четина К.Р. Исследование сленга как явления современного английского языка 25

Секция 2. «Междисциплинарные исследования в гуманитаристике» 27

Шогенова Э.А. Шибболет как средство языковой идентификации 27

Белясникова М.В. Интертекстуальное поле концепта «Злая жена» (на примере древнерусского текста «Моление» Даниила Заточника) 28

Макеева К.А. Лингвистический анализ терминологии преступлений в сфере кибербезопасности: формирование, семантика и влияние на правовую классификацию 29

Гогоберидзе Г.Л. Пацан как «Герой времени» на примере сериала «Слово пацана» 30

Алиева А.К. Машинный перевод: история и современность 32

Ушаков А.А. Этапы развития военной терминологии русского языка 33

Жихарская Е.Л. Неологизмы в современном русском языке 34

Федорова П.Д. Англицизмы в современном подростковом сленге 36

<i>Филенко К.Г.</i> Майк Омер: как программист стал популярным писателем	37
<i>Сапелкин А.В.</i> Молодежный сленг	38
Секция 3. «Иудаика: еврейские диаспоры и современный Израиль»	40
<i>Алдохина А.А.</i> Уровневая система оценки знаний: язык иврит	40
<i>Сиволап Е.А.</i> Лексические средства освещения событий войны в израильских СМИ на материале статей израильского веб-портала “Walla!”	41
<i>Андреева Е.В.</i> Принципы создания учебного словаря лингвистических терминов для филологов-гебраистов	43
<i>Попова А.М.</i> Религиозные аспекты еврейской эпиграфики Беларуси	44
<i>Четина Д.Р.</i> Будущее время в современном иврите	45
Секция 4. «Мировая литература и медиа»	47
<i>Усачева Е.С.</i> Окказионализмы в творчестве Е. Некрасовой на примере рассказа «Квартирай» из сборника «Домовая любовь»	47
<i>Айдинян К.Ю.</i> Уровни взаимодействия литературы и кинематографа в культуре XX века (на материале романа Ф.С. Фицджеральда «Великий Гэтсби»)	48
<i>Шестакова А.П.</i> От туризма к преподаванию. Трансформация жанра тревелога	49
<i>Ганичкина А.А.</i> Лингвистическая характеристика персонажей в игре «Wolf among us»: анализ языковых стратегий, фольклорных элементов и литературных приемов	51
<i>Рыкунов Р.А.</i> Лингвистический анализ образа детектива в американских и российских фильмах	52

<i>Кононенко К.В.</i> Лингвистические концепции изучения литературного произведения	53
<i>Плахтеева В.Н.</i> Мифопоэтические сюжеты и образы в сериале «Бедные Абрамовичи»	54
<i>Соколова А.А.</i> Юридическая лексика в британских сериалах «The Escape Artist», «Silk» и «The Split»	55
<i>Цапаликова Ю.А.</i> Особенности комиксов	56
<i>Джанаева Е.Т.</i> Аксо Колиев – автор первых поэтических произведений на осетинском языке	57

Секция «Лингвострановедение англоязычных стран»

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ В АМЕРИКАНСКОМ И БРИТАНСКОМ ПРАВЕ: СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Демченков Г.С., гр. АМЮ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Профессиональная терминология в праве является важным аспектом для понимания юридических систем различных стран. Сравнительный анализ профессиональной терминологии в американском и британском праве считается актуальной темой для исследования, поскольку существует множество различий между двумя правовыми системами.

Для наиболее точного и подробного анализа структуры и функций профессиональной терминологии в американской и британской правовых системах необходимо учитывать исторический и культурный контекст.

Важно отметить, что, когда мы используем термин «американские термины», мы имеем в виду юридические термины, используемые в американской юриспруденции. Когда говорим о «британском» термине, мы имеем в виду юридическую терминологию, используемую только в Англии и Уэльсе, поскольку в Шотландии и Северной Ирландии существует иная правовая система, которая оперирует другими юридическими понятиями. Например, такие термины правовой системы Англии и Уэльса, как *covenant* (обязательство по договору, условие договора) и *suspended sentence* (приговор, отсроченный исполнением), напрочь отсутствуют в шотландском праве.

Сравнивая профессиональную терминологию, можно рассмотреть обозначения отдельных отраслей права, например, термину британского права *Competition law* в американском праве соответствует термин *Antitrust law*, а термину *Company law* – термин *Corporate law*.

Результатом исследования станет более ясное понимание особенностей профессиональной терминологии в американском и британском праве, что

может оказать влияние на переводческую практику и обеспечить более точное и адекватное понимание текстов обеих правовых систем. Анализ также поможет выявить тенденции развития профессиональной терминологии в условиях современного мира.

ЯЗЫК ГЛАМУРА: ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИКИ, СТРУКТУРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЙ И КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В КОНТЕКСТЕ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОСКОШИ И СТИЛЯ ЖИЗНИ

Баева Д.А., гр. АМФЗ-121

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Язык гламура — разновидность дискурса, которая используется в индустрии моды, в кинематографе, на телевидении, среди звёзд и знаменитостей. Он часто содержит модные термины, выражения и сокращения, которые используются для описания стиля, красоты и роскоши. Главной целью языка гламура считается создание определённого образа, который ассоциируется с миром изысканности.

В контексте языка гламура часто используются коммуникативные стратегии — методы и приёмы для эффективной передачи информации. Они включают в себя выбор правильных слов и выражений, управление тоном голоса, использование невербальных сигналов. Коммуникативные стратегии разработаны для убеждения, верного донесения информации, а также они чаще всего используются для повышения привлекательности изысканного образа жизни.

В ходе исследования было выявлено, что для создания образа роскоши часто используются лексические, синтаксические и морфологические средства:

1) повелительное наклонение глагола: глаголы в форме повелительного наклонения помогают воздействовать на слушателя или читателя, повышая его заинтересованность;

2) использование превосходной степени имён прилагательных, что придаёт образу, товару или атрибуту утончённость, уникальность и эксклюзивность;

3) использование местоимений: обилие местоимений в языке гламура — одно из основных средств реализации коммуникативных стратегий, так как помогает обращаться непосредственно к читателю или покупателю;

4) междометия и звукоподражательные слова: подобные средства помогают обратить на себя внимание, повышают эмоциональность текста или видео.

Таким образом в ходе исследования были выделены основные средства создания образа роскоши и определенного стиля жизни. Удалось выяснить, что цель языка гламура — повышение интереса к миру роскоши потенциальных читателей, зрителей и покупателей.

КРОССКУЛЬТУРНЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ СТРАТЕГИЙ КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ ДЛЯ ЖЕНЩИН В ТУРЦИИ, РОССИИ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТРАНАХ

Четина Д.Р., гр. АМФЗ-121

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В рекламе косметических товаров в различных культурах образ женщины часто отражает социокультурные ценности и представления о женской красоте. Лингвистический анализ рекламных стратегий косметических товаров для женщин в Турции, России и англоязычных странах позволяет выявить культурные особенности в использовании языка, обусловленные различиями в традициях, ценностях и предпочтениях потребителей той или иной страны.

В России образ женщины в рекламе косметических товаров часто связан с элегантностью и утонченностью. Многие лозунги российских рекламных кампаний часто подчеркивают уникальность покупательниц, что отражено в слогане компании Essence «Вдохновляй! Создавай! Будь уникальной!». Эти лозунги отражают стремление к самовыражению и уникальности.

В англоязычных странах образ женщины в рекламе косметики часто ассоциируется с самовыражением, уверенностью и независимостью. Примером этому может служить лозунг компании L'Oréal Paris «Because you're worth it»

(«Потому что вы достойны этого»). Этот лозунг мотивирует женщин быть уверенными в том, что они индивидуальны и красивы.

В Турции образ женщины в рекламе косметики связан с яркостью, чувственностью, преобладают традиционные представления о женственности и естественной красоте. Лозунг «Doğanın güzelliğiyle buluş» («Встречайте красоту природы») от компании Avon Türkiye акцентирует внимание покупательниц на естественной красоте.

В ходе проведенного исследования образа женщины в российской, англоязычной и турецкой рекламе косметических товаров были выявлены сходства и значительные различия в представлениях о женской красоте в выбранных странах. Исследование указывает на актуальность идеи о самовыражении посредством использования косметических продуктов в англоязычной рекламе, в то время как в российской и турецкой рекламе косметика представляется как инструмент, способный подчеркнуть естественную красоту.

АНАЛИЗ МНОГОЗНАЧНОСТИ И СЕМАНТИКИ СЛОВА “LOVE” В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Подсадник В.Е., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Любовь — сложное и комплексное чувство, которое на протяжении многих веков является предметом споров философов, литераторов и психологов. Прежде всего, любовь отражает многие культурные, временные и социальные аспекты, а значит определить точное и единственное значение слова *love* невозможно. Вместо этого слово образует лексико-семантическое поле, содержащее в себе совокупность понятий, сходных в значении. Именно эти слова и выражают семантическое значение слова *love*.

Слово любовь в английском языке часто персонифицируется. Существует множество идиом, пословиц и выражений, в которых любовь является не просто абстрактным понятием, а лицом, совершающим действие или имеющим человеческие черты характера.

Например, в выражении «love is a cruel mistress» («любовь — суровая госпожа») любовь предстает перед нами женщиной, которая обладает коварством и способностью причинить боль любому. Персонификация в данном контексте позволяет усилить эмоциональное воздействие выражения, заставляя человека воспринимать любовь в качестве живого существа с собственным характером и поведением.

Лексико-семантическое поле слова *love* часто связано с огнём. Страсть, нежность, жгучие чувства — это всего лишь несколько аспектов, через которые любовь связана с огнём. Эти ассоциации отражаются в метафорах, поговорках и выражениях. Огонь символизирует как накаливание страсти и желания, так и пылающую нежность и тепло.

Например, словосочетание «пламя любви» (*flame of love*) или *old flame* — бывший возлюбленный также унаследовало ассоциации с огнём, отображая яркость и динамичность любовных чувств. Эта метафора передаёт искру и свет любви так же, как и огонь, освещающий темноту.

Данная исследовательская работа направлена на анализ многозначности и семантики слова *love*, основанный на сравнении лингвистических и литературных источников, исторических данных, а также культурологических и социологических исследований.

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Аббасова Э.М., гр. АМФЗ-120

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Реклама является важным аспектом в жизни современного общества, представляет собой лингвокультурологический феномен. Одним из видов рекламы является так называемая социальная реклама, которая призвана усовершенствовать социальную жизнь и решать социальные проблемы.

Немаловажно посредством каких стилистических средств рекламный текст оказывает влияние на человеческое сознание и убеждает его в рациональности того или иного действия.

Материалом исследования были выбраны тексты наглядной социальной рекламы, с которыми мы чаще всего сталкиваемся на телевидении, рекламных щитах, плакатах и в сети Интернет.

Анализ показал, что в текстах социальной рекламы используются следующие лингвостилистические особенности:

- вопросительные предложения. Чаще всего в рекламах представлен риторический вопрос, ответ на который рассматривается как само собой разумеющееся;

- отрицательные повелительные конструкции *don't*. Они призывают к избеганию определенного неправильного или вредного поведения и создают эффект запретности и обязательности;

- статистические данные в слоганах. Этот прием оказывает влияние на восприятие рекламы как объективной и непреложной истины;

- повторы, которые используются для акцентирования внимания на ключевых фразах или понятиях: анафора (стилистический прием; повторение начальных частей, определенных слов или оборотов речи в начале текста) и эпифора (стилистический прием, в котором слово или фраза повторяются в конце следующих предложений);

- обценная лексика – метод, который может привлечь внимание, вызвать шок или контраст с обычной речью, чтобы запомнить сообщение рекламы;

- эвфемизмы. Эвфемизмы представляют собой слова или выражения, заменяющие прямые или грубые описания. В социальной рекламе они могут быть используемы для обращения к неприятным или чувствительным проблемам, не вызывая сопротивления или неприятных эмоций;

- местоимение *you* – способ установить эмоциональный контакт с аудиторией и вызвать ее идентификацию с сообщением рекламы;

- идиоматические и фразеологические выражения;

- негативные концепты и мотивы страха. Человек часто больше подвержен влиянию негативных факторов и страха, что побуждает его к изменению поведения или принятию определенных решений.

Изучение социальной рекламы позволяет выявить способы языкового и неязыкового воздействия на общественность, а также определить их эффективность.

ЯЗЫКОВЫЕ ПОРТРЕТЫ Ф. МЕРКЬЮРИ И Э. ШИРАНА: АНАЛИЗ ЛЕКСИЧЕСКИХ, СИНТАКСИЧЕСКИХ И СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ТВОРЧЕСКОГО ИМИДЖА И ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СЛУШАТЕЛЯ

Крюкова С.С., гр. АМФЗ-121

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Рассматриваются особенности раскрытия языковых портретов в произведениях вокалиста группы Queen Ф. Меркьюри и Э. Ширана, проблемы, характерные для современников исполнителей, демонстрируется неоднозначность образа языкового портрета и его динамичность.

Понятие феномена «языковой портрет» относится к числу центральных в современной лингвистической парадигме. Стремление ученых понять и объяснить сущность языка как посредника между человеком, его внутренним миром и окружающей действительностью помогает раскрыть все аспекты языковой личности автора и влияние на слушателя его творческого имиджа.

Анализ языкового портрета позволяет понять личность автора, что никогда не теряет своей актуальности.

Целью данной работы является анализ языковых портретов в лирических текстах Ф. Меркьюри и Э. Ширана.

Для достижения цели необходимо решить перечень задач:

1. Дать понятие «языковому портрету».
2. Изучить биографии исполнителей.
3. Проанализировать и сопоставить лексические, синтаксические и стилистические особенности произведений Ф. Меркьюри и Э. Ширана.
4. Сопоставить темы и мотивы творчества исполнителей и отметить различия между поколениями.

В основу исследования были положены тексты Ф. Меркьюри и Э. Ширана, исследования М. Ахундовой, Г. Брукса, С. Лаптона, Е. Азначеевой.

Анализ образа языкового портрета текстов песен помогает более полно понять специфику и значение музыкального произведения, актуальные проблемы конкретного исполнителя и целого поколения.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ БРИТАНСКОГО ЮМОРА

Кирдяпкина Д.В., гр. АМФЗ-120

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Юмор является одной из важнейших частей повседневной коммуникации. Он помогает налаживать связи, разряжать обстановку, сглаживать углы и располагать к себе людей. Это справедливо для любой культуры и страны. Существует стереотип, что британский юмор сложен, непонятен и часто не является смешным для представителей другой нации.

Английский юмор действительно более сложен для понимания, так как часто шутка произносится с серьезным видом, либо выстроена так, что сложно понять, говорит человек серьезно или нет. Это затрудняет ее распознавание и понимание для стороннего человека.

Одними из самых распространенных основ для британской шутки является сарказм и ирония.

Англичане не против посмеяться и подшутить над собой. Нередко для создания шутки англичане используют литоту. Все вместе это создает особый колорит британского юмора, в котором достаточно часто можно встретить самоуничижительные шутки.

Часто британский юмор построен на игре слов, каламбурах. Это также может затруднять понимание шутки, если человек плохо знает язык и произношение слов.

Помимо этого, в британском юморе часто используется двусмысленность. Этот прием похож на каламбур, однако в этом случае говорящий опирается не на похожие по звучанию слова, а на многозначные.

Еще одним из способов создания юмористического высказывания является использование спунеризмов.

В английском юморе практически нет табуированных тем для шуток. Часто встречаются и черный юмор, и шутки над политиками, даже над королевской семьей, и шутки, практически граничащие с оскорблениями. Однако в большинстве случаев британцам удается не пересечь тонкую грань между грубостью и простым юмором.

Британский юмор основан не на визуальных эффектах или, например, создании априори абсурдной ситуации, а на игре слов.

ЖАНРОВАЯ И ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА ИНТЕРВЬЮ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ ТОК-ШОУ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ "THE ELLEN DEGENERES SHOW")

Юношева А.А., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Формат Late Night Talk Show особенно популярен в наши дни, когда люди, вернувшись поздним вечером с работы, желают расслабиться за просмотром очередного TV-шоу. В проекте рассмотрено, что формат ток-шоу построен на юмористических монологах о новостях дня, интервью с именитыми гостями, комедийных зарисовках и музыкальных выступлениях. Также отмечено, что он совмещает в себе как новостную, так и развлекательную составляющую.

В исследовании приводятся общие черты, характерные для формата Late Night Talk Show, такие как публичная личность ведущего, звёздные гости, короткое интервью в непринуждённой манере на тему события или мероприятия, где был задействован приглашённый гость.

В работе приводятся примеры из одного из самых популярных на данный момент ток-шоу подобного рода – “The Ellen DeGeneres Show”. Обозначается, что обязательным элементом передачи является короткое интервью с приглашённым гостем.

Выявлены такие специфические особенности шоу, как игровой формат интервью. Это проявляется в разыгрывании как зрителей, так и гостей посредством постоянных шуток и созданием комических ситуаций. Проводится анализ нескольких эпизодов шоу с целью выявления не только жанровых особенностей, но и языковых тактик, используемых во время беседы. Отмечены такие специфические моменты, как стилистическая особенность вопросов с использованием юмористического подтекста и реплик для создания дружественного настроения.

Также незамеченными не остались невербальные средства коммуникации телеведущей, которые играют немаловажную роль в установлении контакта с собеседником.

На основе проделанной работы и личных наблюдений сделан вывод об используемых оборотах, повторах и методах реализации языковой личности американской телеведущей Эллен Ли Дедженерес и о том, как это помогает в журналистской деятельности.

СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНОГО НАУЧНОГО ТЕКСТА

Изотова М.А., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Научный стиль — особый стиль литературного текста, являющийся одним из важнейших лингвистических элементов любого языка мира. При этом английский язык, являясь международным языком общения, часто фигурирует в современных рамках общества как средство передачи информации между учёными из разных стран.

Научный англоязычный текст отличается строгим структурным построением, не нарушающим логичность изложения и точными переходами от одной части к другой, при этом часто употребляются различные вводные слова, помогающие гармонично связать текст в единое целое, например, такие конструкции, как *furthermore*, *consequently*, *particularly*, *to illustrate*, *in particular* и т.д. Все вводные слова и словосочетания можно поделить на несколько категорий в зависимости от контекста их использования в тексте.

Кроме того, особенностями научного текста являются отвлечённо-обобщённый характер изложения, минимальная эмоциональная окраска и насыщенность абстрактными понятиями. В качестве примеров абстрактной лексики можно привести следующие слова: *development*, *information*, *reflection*, *relationship*, *consequence* и др. Стоит обратить внимание на использование специальных суффиксов для образования книжных слов: *-ance/-ence*, *-ment*, *-ion*, *-ship* и т.п.

Следует добавить, что одной из главных черт научного стиля в английском языке является насыщенность специальной терминологией. Так, в статьях американских и британских филологов и лингвистов можно встретить следующие слова: *idiom*, *archetype*, *affix*, *diachronic*, *cliché* и т.д.

Наряду с вышесказанным, стиль научной прозы характеризуется использованием большого количества неологизмов, которые зачастую появляются в результате исследований в той или иной области, например, *interlingual*, *dose-dependently*, *dollarization* и др.

Данная исследовательская работа направлена на выявление основных особенностей англоязычного научного текста.

АМЕРИКАНСКИЙ ЮМОР В СЕРИАЛЕ “СВЕРХЪЕСТЕСТВЕННОЕ”

Винярская Н.Б., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Юмор является важной частью общественной жизни ещё с давних времён. Даже Аристотель в своём пособии «Риторика» давал пару советов о том, как сохранить внимание публики с помощью шуток. Для уместного использования юмора необходимо знать виды юмора, понимать менталитет и культуру публики, осознавать, какие именно шутки будут уместны именно для неё.

Есть различные виды юмора. Чёрный юмор, например, используется для того, чтобы пошутить над неуместными вещами, такими как смерть, болезнь. Анекдот заключает в себе малоразмерную историю с высмеиванием чего-либо и моралью в конце. Каламбур – это «игра» со звучанием слов. При самоиронии человек высмеивает собственные пороки, подшучивая над самим собой.

Если говорить о культуре публики, то необходимо понимать, в каком обществе находишься и использовать уместные темы для юмора. Американский юмор имеет свои характерные особенности, которые можно выявить с помощью шуток из сериала «Сверхъестественное». Например, частое использование игры слов, гиперболы.

В 12 серии 5 сезона между Кастиелем и Дином происходит следующий диалог:

- Observe the act of abstinence against sounds.
- What?
- Shut up.

В этой шутке герой «играет» со словами, пытаясь передать разговорное ругательство с помощью нормативной лексики. Ещё одной из особенной американского юмора являются самоирония и шутки над собственным превосходством над другими.

В 21 серии 9 сезона демон Кроули избивает другого демона в кандалах, обладающего его внешностью, произнося при этом: «Sorry, but your exceptionally beautiful appearance will not soften the fate». В американском юморе не редкостью являются шутки о самовлюбленности, превосходством над другими, что и показано в данном примере.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Семенова Н. Р., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Фразеологизм (идиома) – это выражение (термин или фраза), значение которого не может быть выведено из буквальных определений его частей, а вместо этого нужно трактовать его переносное значение, которое известно только через обычное использование. В лингвистике идиомы – это фигуры речи, которые противоречат принципу композиционности.

В ходе исследования была рассмотрена классификация фразеологизмов Н. М. Шанского, который выделял четыре основных типа: фразеологические сращения (семантически неделимый фразеологический оборот, в котором его целостное значение совершенно не соотносительно со значениями его компонентов); фразеологические единства (семантически неделимый и целостный фразеологический оборот, значение которого мотивировано значениями составляющих его слов); фразеологические сочетания

(фразеологический оборот, в котором есть слова как со свободным значением, так и с фразеологически связанным); фразеологические выражения (устойчивые в своем составе и употреблении фразеологические обороты, которые не только являются семантически членимыми, но и состоят целиком из слов со свободным значением).

Кроме того, были рассмотрены виды рекламы и фразеологизмы, используемые в англоязычном рекламном дискурсе. Поскольку язык рекламы должен быть убедительным, понятным и уникальным, необходимо использовать лингвистический стиль, который поможет удержать внимание потребителя и передать информацию в то же время. Употребление фразеологизмов является одной из языковых стратегий, используемых в рекламе, так как большинство потенциальных покупателей знакомы с ними из повседневной жизни. Элемент фразеологизма слегка изменяется или заменяется другим словом, чтобы сгенерировать каламбур и, как результат, отсылку на продукт. Этот приём можно проследить в рекламе Skoda Fabia car: “All that glitters is style” (изначальный фразеологизм: “All that glitters is no gold”). Идиома может оставаться в своей изначальной форме, например, в рекламе Burger King: “It’ll blow your mind away”, говоря о вкусовых характеристиках бургера этой сети.

Данная работа направлена на анализ фразеологизмов, используемых в рекламе, а также на цель их употребления в англоязычном рекламном дискурсе.

ЮМОР И СПОСОБЫ ЕГО ПЕРЕДАЧИ В АМЕРИКАНСКОМ АНЕКДОТЕ

Джанаева С.Т., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Юмор является демонстрацией абсурдности или несуразности объектов, поступков или ситуаций с целью вызвать смех. Он обычно выражается через утрирование.

Юмор может принимать различные формы в литературе, такие как анекдоты, шутки, монологи, диалоги, рассказы и каламбуры.

Главным инструментом юмора является шутка, которая часто облегчает напряжение, снимает уныние или страх.

Анекдот – это короткий устный рассказ о вымышленном бытовом или общественно-политическом событии. Он имеет шутивную или сатирическую окраску и заканчивается остроумной неожиданной концовкой. Современные анекдоты представляют собой многоплановое явление.

В США юмор начал появляться вскоре после Американской революции в письменной и устной форме в 1840 году. С конца XX в. стали получать повышенное внимание комедии, карикатуры, в настоящее время очень популярен стенд-ап.

Традиционно, американцы не устанавливают для термина «анекдот» такое значение, которое подразумевают русские. Для них существует понятие «joke» – очень короткая шутка или «story» – рассказ – примерно то, что мы понимаем под «анекдотом». Американские шутки построены по определенным правилам, чтобы они были понятны каждому. Хотя американский юмор родился в англоязычной среде, он далёк от английского. Как правило, английский юмор строится на недосказанности, побуждении подумать, заставляет включить воображение, американский же предельно конкретен и прост. Американцы в повседневной жизни не столь часто рассказывают анекдоты. Возможно, это объясняется тем, что анекдот или насмешка может обидеть или оскорбить и обеспечить шутника повесткой в суд и штрафом за оскорбление.

К характерным особенностям американского анекдота можно отнести отсутствие скрытого смысла, ироничная прямота, полная «досказанность». Американцам требуется детальное разъяснение. Неприемлема любая недомолвка или неконкретность. Абстрактный анекдот не вызывает смеха. Другая черта – доведение нелепой ситуации до крайности, гротеска, абсурда. Часто применяются немыслимые на первый взгляд сравнения, преувеличения, игра слов.

Работа актуальна, так как исследование дает ключ к более глубокому пониманию культуры, в частности анекдота как неотъемлемой части устного народного творчества.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ С ГЕНДЕРНЫМ КОМПОНЕНТОМ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Лавренюк А.В., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В современном медиапространстве активно используются неологизмы с гендерным компонентом. Это связано с изменением отношения к гендерным ролям и стереотипам в англоязычном мире.

Неологизмы с гендерным компонентом – это новые слова и выражения, которые отражают изменения в понимании гендерных ролей и идентичности. Они могут быть созданы путем добавления префиксов, суффиксов или изменения существующих слов.

Благодаря многолетнему влиянию феминистского движения появились феминитивы и неологизмы, характеризующие мужчин с отрицательной коннотацией. Однако не только историческая повестка влияет на появление новых слов в англоязычных странах. Технический прогресс, социальные и политические факторы также способствуют развитию неологизмов, которые отражают изменения общественного сознания и понимание гендера в целом. По этой причине появились неологизмы, характеризующие мужчин и женщин, а также гендерно-нейтральные неологизмы. В своем исследовании мы останавливаемся более подробно на каждом виде.

Неологизмы с гендерным компонентом могут быть обнаружены в новостях, статьях, рекламе и других формах медиа.

Анализируя неологизмы всех категорий, можно проследить тенденцию ухода от стереотипных ценностей. Женские неологизмы все чаще связаны с работой и бизнесом, в то время как мужчины все больше примеряют на себя родительскую роль и уделяют внимание семье. В современном мире для людей актуальны не только традиционные ценности. Они опираются на собственные желания и потребности, избирая роль родителя или делая акцент на работе, о чем свидетельствуют новые англоязычные слова. Неологизмы гендерной нейтральности в большинстве случаев используются на просторах интернета, в личных переписках, что свидетельствует об их необходимости и актуальности,

потому что они дают выбор и свободу каждому человеку быть тем, кем он хочет и относить себя к любой гендерной категории.

Неологизмы с гендерным компонентом могут вызывать споры и контroversии. Некоторые люди не принимают новые термины, считая их неуместными или ненужными. Другие, наоборот, считают, что использование новых терминов помогает уважать разнообразие гендерных идентичностей и ролей.

В целом функционирование неологизмов с гендерным компонентом в медиапространстве отражает изменения в понимании гендерных ролей и идентичности в англоязычном обществе. Они могут вызывать недовольство, но также помогают уважать разнообразие и инклюзивность.

АНАЛИЗ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ Н.А. ПОЛЕВОГО ПРИ ПЕРЕВОДЕ МОНОЛОГА ГАМЛЕТА ИЗ ТРАГЕДИИ УИЛЬЯМА ШЕКСПИРА «ГАМЛЕТ»

Параскун И.А., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Перевод – вид языкового посредничества, позволяющий осуществлять межкультурную коммуникацию на всех уровнях: как на сугубо содержательном, так и на формальном. Художественный перевод имеет особые принципы, поскольку его целью является не только передача дословного общего значения, но и уникального идейно-эстетического потенциала, которым насыщено художественное произведение.

В статье рассматривается использование Н.А. Полевым одного из видов переводческих приёмов – лексических трансформаций. Нерегулярная эквивалентность единиц перевода единицам оригинала служит основой для этого приёма, и анализ их соотношения на количественном и качественном уровне даёт представление о сущности перевода в целом.

Переводы Уильяма Шекспира уже давно заняли самостоятельную позицию в филологической науке, интерес к изучению этого аспекта не уменьшается. Каждый отдельный перевод наделён неповторимыми

характеристиками, совокупность которых и составляет общую направленность переводческой стратегии.

Анализ статистических показателей использования Н.А. Полевым различных видов лексических трансформаций образует видение переводческой позиции автора. Соотнесение оригинального текста с переводным обнаруживает сходства и различия как отдельных элементов, так и суммы всех частей монолога Гамлета.

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ИМЕНЕМ ЧИСЛИТЕЛЬНЫМ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕСНЯХ

Гончукова А.В., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Во многих языках мира есть устойчивые словосочетания, которые по своей синтаксической функции и смыслу равны одному слову. Каждый язык отличается друг от друга своей спецификой фразеологии, что даёт нам понимание различий в обычаях, традициях, культуре, быту и восприятию окружающего мира. Для того чтобы максимально погрузиться в национальную культуру той или иной страны, необходимо изучать фразеологизмы, которые наглядно выражают эмоции и чувства людей, а также дают образную характеристику различным поступкам и действиям.

Фразеологизмы с именами числительными часто используются в английском языке и несут глубокий и символический смысл. Они могут быть найдены в различных формах литературы, включая песни. В своей работе мы рассмотрим некоторые из фразеологизмов с именами числительными, которые используются в англоязычных песнях.

Например, в названии песни исполнителя The Raven Age используется фразеологизм «Seventh Heaven», который означает «быть очень счастливым». Самая вероятная версия происхождения этого выражения отсылает нас к трактату Аристотеля «О небе», состоящему из четырех частей. В первых двух частях философ рассуждает о структуре космоса, и в том числе о небесной сфере.

Также один из самых известных примеров – это фраза «первый раз болит больше всего» («The First Cut Is The Deepest»), которая используется в песни Кэт Стивенса. Эта фраза выражает идею о том, что первая эмоциональная рана или разочарование самая большая и трудная для преодоления. Нами были отобраны песни с именами числительными и разделены на группы, соответствующие названию числа.

Фразеологизмы с числительными широко используются в англоязычных песнях для передачи глубокого и символического значения. Эти фразеологизмы добавляют богатство и глубину языку, делая их важной частью английской литературы и культуры.

Данная исследовательская работа направлена на проведение анализа фразеологических единиц с именем числительным в песнях, основанного на изучении происхождения фразеологизмов и их значения.

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ БУДУЩЕГО ВРЕМЕНИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Слесарчук А. С., гр. АМФЗ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Изучение категории будущего времени является одной из самых важных и основных тем грамматики английского языка. Обилие функциональных языковых структур позволяет говорящему передавать тонкие смысловые отношения между действием и предметом, однако отсюда же вытекает и проблема их неправильного употребления и ошибочного соотношения с желаемой смысловой нагрузкой.

Рассматривая лингвистический аспект выражения будущего времени в английском языке, стоит отметить важность научной теории «There's no Future in English», или теории об отсутствии будущего времени в английском языке. Речь идёт непосредственно о глагольной единице, которая в простом будущем времени сохраняет форму инфинитива, а в продолженном будущем берет причастное окончание. Отношение же события к будущему выражается с помощью специальных вспомогательных слов, в частности — модальным

глаголом *will*, берущим начало от модального глагола *want* (хотеть), и с помощью специальных речевых оборотов, требующих особого внимания ввиду своего разнообразия.

Наряду с основными общеизвестными структурами, английская лексика изобилует альтернативными способами передачи будущего времени, используя целый ряд фразеологических оборотов. Они также представляют собой интерес для изучения, так как нередко обладают любопытной этимологией и тонкой семантической связью с выражаемой грамматической категорией.

Язык, являясь живой и непрерывно меняющейся системой, регулярно даёт лингвистам новый материал для исследования и анализа. Аналогично разговорные нормы использования структур будущего времени в английском претерпели и продолжают претерпевать изменения, ввиду которых какие-то формы устаревают и уступают место другим, более простым, некоторые же могут вовсе исчезнуть из употребления. Несомненно, современные реалии передачи будущности в английском также заслуживают внимания.

Грамотное и обоснованное употребление будущего времени является очень важным в коммуникативных целях. В английском языке, насчитывающем восемь разных способов передачи будущего, изучение особенностей употребления структур представляется особенно важным.

ИССЛЕДОВАНИЕ СЛЕНГА КАК ЯВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Четина К.Р., 11 класс ГБОУ Школа №1574

Научный руководитель: учитель английского языка ГБОУ Школа №1574
Гужова Т.А.

Современный английский язык представляет собой живую и динамичную систему, его особенности зачастую отражают широкий спектр социокультурных изменений, которые происходят в обществе. Одним из важных аспектов этой динамики является сленг — разновидность нелитературной лексики, которая активно используется в разговорной речи, текстах социальных сетей, медиа-контенте и нередко в литературе. Изучение сленга в контексте его развития и употребления представляет собой важную

область исследования, поскольку оно отображает актуальные языковые выражения, культурные и социальные трансформации в обществе.

В ходе исследования были проанализированы различные источники употребления сленга, включая контент социальных сетей (видеоролики), музыкальные тексты и телесериалы. Результаты исследования позволили выявить актуальные сленговые выражения. Термин *slay* («уничтожать») стал широко распространенным в популярных видеороликах блогеров, он выражает восхищение человеком или его действиями, зачастую может использоваться в качестве комплимента. Фраза «*thank u, next*» («спасибо, следующий») стала популярным сленговым выражением после выхода одноименной песни Арианы Гранде. Она стала символом позитивного отношения к прошлым отношениям, перехода к следующему этапу в жизни и самоутверждения, быстро стала широко используемой фразой в разговорной лексике. Фраза «*I am the one who knocks*» («Я тот, кто знает») из сериала «*Breaking Bad*» относится к моменту, когда персонаж указывает на свою власть и контроль в опасной ситуации, фраза быстро стала популярным символом уверенности и власти. Полученные данные позволяют лучше понять динамику развития и популяризации английского сленга и его роль в формировании языковой идентичности различных групп.

Исследование сленга как явления английского современного языка позволяет увидеть, что сленг не только отражает социокультурные изменения, но и помогает формировать их. Современный уровень глобализации и распространения информации делает сленг все более динамичным языковым явлением, которое требует постоянного внимания и исследований.

**Секция «Междисциплинарные исследования
в гуманитаристике»**

ШИББОЛЕТ КАК СРЕДСТВО ЯЗЫКОВОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

Шогенова Э. А., гр. АМФЗ-121

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Шибболёт, шиббóлет (ивр. שִׁבּוּלֵת, «колос» или «течение») — это термин, обозначающий слово или выражение, позволяющий по произношению отличить носителя языка от не носителя (или, например, выявить носителя какого-то диалекта, представителя определенного сословия). Это своеобразный «речевой пароль», который неосознанно выдаёт человека, для которого язык является неродным, или способ аутентификации по культурологическому признаку.

Термин шибболет восходит к библейскому выражению. Иеффай (ок. 1370—1070 гг. до н. э.), один из судей израильских, собрав всех жителей Галаада, сразился с ефремлянами и разбил их. Сразу же после победы он велел занять все переправы через Иордан, чтобы помешать побеждённым проникнуть на свои территории и смешаться с населением, для чего использовал слово «шибболет». В отличие от галаадского, в ефремском диалекте еврейского языка не было звука «ш», и его носители не могли точно воспроизвести слово.

В истории можно найти много примеров использования шибболет для идентификации «своих». Например, сицилийцы во время восстания против французов в XIII веке использовали для выявления последних слово *ciciri* («нут»). Так как сицилийское название нута *ciciri* было труднопроизносимым для французов, то это слово стало проверочным словом для их выявления по произношению. Любого, кто не прошёл такую «лингвистическую» проверку, повстанцы убивали на месте.

Особенно часто использовали слова-шибболеты во времена Второй мировой войны. Так, датчане отличали немцев по произношению *rødgrød med fløde*, американцы на тихоокеанском фронте использовали слово *lollapalooza*,

поскольку носители японского языка обычно произносят «л» как «р». Из-за особенностей немецкого произношения сочетание звуков в русском слове «дорога» произносилось немецкими солдатами как «торока».

Также во время Второй мировой войны на западном фронте английские и американские войска в качестве пароля часто использовали слова, начинающиеся с английской буквы «w», что позволяло союзникам отличать неанглоязычных от своих. В британском варианте английского языка до сих пор имеется множество маркеров аристократического социального происхождения, называемых «U English».

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОЕ ПОЛЕ КОНЦЕПТА «ЗЛАЯ ЖЕНА» (НА ПРИМЕРЕ ДРЕВНЕРУССКОГО ТЕКСТА «МОЛЕНИЕ» ДАНИИЛА ЗАТОЧНИКА)

Белясникова М. В., гр. СКФ-123

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

Кафедра общей и славянской филологии

Концепт – это ментальная единица коллективного сознания, имеющая средства вербализации (языковое выражение) и отмеченная этнокультурной спецификой.

На языковом материале древнерусского текста – «Моления» Даниила Заточника – в работе будет представлен концепт «злая жена». Анализ построен на использовании методов аналогии, классификации и моделирования. Для исследования важно учитывать культурный подтекст: при интерпретации древнерусского текста возникла необходимость обращения к интертекстуальным отсылкам, к другим текстам – «Книге Екклесиаста», «Книге Притчей Соломоновых», «Домострою», к фольклорным мотивам.

В зону представления концепта «злая жена» входят компоненты разных фольклорных жанров: былички, поговорки и пословицы. Так, чтобы показать, насколько блудница выбивается из ряда хороших, добрых жён, используются аналоги в виде козы, рака, летучей мыши, ежа.

В сознании древнерусского человека концепт «злая жена» соотносим с дьяволом, бесом. Лживость, лицемерие, лстивость – качества,

характеризующие данный образ: ей отказано не только в способности иметь собственные мысли, но и возможности иметь имя. Образ злой жены – антагонист с непродуманным характером, введённый только ради движения сюжета и раскрытия образа главного героя. Исстари злые жены сравнивались с ехиднами, змеями, львицами. Ехидна, змея – образы, актуализирующие семантические признаки ‘зло’, ‘вред’, ‘погибель’, ‘искусительница’; львица – ‘чары’, ‘колдовство’.

В тексте «Моления» используются интертекстуальные отсылки к библейским мотивам. Тип злой жены представлен в следующих эпизодах: Адам и райский сад, пророк Даниил и ров и легенда об Иосифе Прекрасном. Сравнение злой жены с ехидной и змеей есть не что иное, как интертекстуальная отсылка к Евангелию, к образу змия-искусителя.

В «Домострое» концепт «злой жены» репрезентируется через нравоучения по ведению домашнего хозяйства, через противопоставление злой жены и доброй. «Домострой» направлен больше на бытовую часть жизни и лишь частично на духовную.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕРМИНОЛОГИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ: ФОРМИРОВАНИЕ, СЕМАНТИКА И ВЛИЯНИЕ НА ПРАВОВУЮ КЛАССИФИКАЦИЮ

Макеева К. А., гр. АМЮ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Лингвистический анализ терминологии преступлений в сфере кибербезопасности представляет собой исследование лексических единиц, используемых в описании различных видов преступлений, связанных с информационными технологиями и компьютерами.

Формирование терминологии в этой сфере происходит в результате постоянного развития информационных технологий и появления новых видов преступлений. При этом новые термины могут возникать как заимствования из других языков (например, английских терминов), так и путем образования от слов и словосочетаний на родном языке.

Семантика терминологии киберпреступлений связана с точным определением природы преступления, его методов совершения, используемых технологий и целей. Важно учитывать, что эта терминология должна быть четкой и точной, чтобы предотвратить недоразумения в правовых документах.

Лингвистический анализ терминологии преступлений в сфере кибербезопасности имеет важное значение для правовой классификации таких преступлений. Использование определенных терминов и понятий может влиять на то, как данные преступления рассматриваются и квалифицируются с точки зрения закона. Например, термины «хакерство», «взлом», «вирусы», «фишинг» и другие используются в сфере кибербезопасности для обозначения различных видов преступлений.

Помимо этого, лингвистический анализ может также помочь в выявлении новых терминов и понятий, которые могут возникать в результате развития технологий и появления новых видов киберпреступлений.

Влияние лингвистического анализа на правовую классификацию заключается в том, что четкое определение терминов помогает законодателям создавать более точные и адаптированные к реальным угрозам законы и нормы. Это, в свою очередь, способствует более эффективному пресечению киберпреступности и защите прав потребителей и организаций в онлайн среде.

Таким образом, лингвистический анализ терминологии преступлений в сфере кибербезопасности имеет важное значение для правовой классификации, предотвращения преступлений и соблюдения закона.

«ПАЦАН КАК ГЕРОЙ ВРЕМЕНИ» НА ПРИМЕРЕ СЕРИАЛА «СЛОВО ПАЦАНА»

Гогоберидзе Г.Л., гр. АМФЗ-121

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В середине ноября текущего года в прокат вышел многосерийный фильм «Слово пацана», ставший одним из самых популярных сериалов за всю историю отечественного кинематографа. Герои произведения - молодые люди (8-25 лет), участники бандитских группировок, нашли отклик в сердцах многих

миллионов зрителей. Почему так происходит? Каким образом отрицательный персонаж становится кумиром? Почему подобного рода герой не утрачивает актуальности?

Ответ на этот вопрос находится на стыке целого ряда дисциплин: социологии, культурологии, истории повседневности. На рубеже 1970-80 годов в Татарской АССР возникло бесчисленное множество молодежных ОПГ. Это явление называется «Казанский феномен». Военный и послевоенный кризис дали ему начало. Молодые мужчины, недавно вернувшиеся из Афганистана, не находили себе иной деятельности, вследствие чего и возникло большое количество банд, которые сражались между собой за территорию, бизнес и т.д. Возникло так называемое «государство в государстве» со своими правилами, законами и своим лидером, которого избирала банда путем голосования. В многосерийном фильме «Слово пацана» главными героями выступают Андрей, Марат и Вова. Андрей – примерный школьник, «пришившийся» к группировке, потому что ему, по собственным словам, «захотелось стать пацаном». Марат – ровесник Андрея, ребенок из зажиточной семьи, брат Вовы – ветерана Афганской кампании и главы местной банды. Сериал «Слово пацана», в отличие от других популярных фильмов, показывающих «блатную романтику», четко передает историю каждого героя, не выставляя их в положительном ключе.

Также с лингвистической точки зрения интересен сленг «пацанов». С его помощью они словно «метят территорию», выстраивают оппозицию «свой-чужой», шифруют информацию, создавая своеобразный «пацанский метаязык».

Сленгизмы и поведение героев сериала моментально стали неотъемлемой частью отечественного медиапространства, породив множество мемов. Все чаще можно услышать разговор или встретить контент в социальных сетях, связанный с вышеупомянутым сериалом. Такой отклик герои получают по ряду причин: отрицательные герои зачастую более узнаваемы; за их специфическим образом жизни стоит определенная история, затрагивающая зрителей; герой, совершающий ошибки и плохие поступки, вызывает больше доверия и выглядит реалистичнее, тем самым зритель может узнать себя в нем. Кроме того, представленный на экране образ «пацана» во многом перекликается с персонажами классической русской литературы: «лишними людьми», «маленькими людьми» и «сверхлюдьми».

В рамках доклада речь пойдёт о том, как все эти аспекты (лингвистический, литературный, социокультурный, психологический и медийный) реализуются при моделировании образа «пацана» как «героя времени».

МАШИННЫЙ ПЕРЕВОД: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Алиева А.К., гр. АМФЗ-121

Научный руководитель: канд. филол. н., доц., зав. кафедрой филологии и лингвокультурологии Кондракова Ю.Н.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В течение последних нескольких десятилетий машинный перевод стал неотъемлемой частью нашей жизни, облегчая обмен информацией и общение между людьми, говорящих на разных языках. Машинный перевод открыл двери для глобального общения и расширил границы взаимодействия между различными культурами.

История машинного перевода началась 4 марта 1947 года, когда у американского математика и специалиста по дешифровке Уоррена Уивера зародилась идея рассматривать процесс перевода как дешифровку текста, а уже в 1954 году была представлена первая рабочая программа для машинного перевода. Ранние системы были основаны на лингвистических правилах и словарях языка, что ограничивало их точность и эффективность. В связи с этим программы для перевода часто допускали ошибки, описание которых дается в работе.

Однако с развитием компьютерных технологий и появлением нейронных сетей машинный перевод достиг значительного прогресса в точности и качестве перевода.

Нейронные сети – это следующая ступень в развитии машинного перевода. Их совершенствование и внедрение в различные программы для перевода может привести к новым прорывам и улучшениям в этой области, что объясняет актуальность выбранной темы. Например, «Яндекс. Переводчик» в 2017 году перевели на гибридную модель перевода на основе нейросетей. Кроме того, нейронные сети имеют потенциал для применения в других

областях, связанных с обработкой естественного языка, таких как распознавание речи или анализ текста.

В 2023 году в связи с частым упоминанием в новостных источниках большую популярность получила система «ChatGPT» на базе модели «GPT», среди возможностей которой также есть перевод текста. Некоторые исследователи попытались оценить потенциал модели «GPT» как переводчика, и пришли к выводу, что она обладает впечатляющими способностями в этой области.

В работе рассматривается машинный перевод на разных ступенях развития, а также уделяется внимание модели «GPT», ставшей довольно известной и успешной в области обработки естественного языка и подходящей для переводческих целей.

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ВОЕННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ РУССКОГО ЯЗЫКА

Ушаков А. А., ученик 10 класса ГБОУ СОШ №1296

Научный руководитель: Маслова С.Б., учитель русского языка ГБОУ СОШ №1296

Военная лексика русского языка является малоизученной. История военной лексики в русском языке богата и разнообразна, она отражает конфликты, завоевания, технический прогресс и социокультурные трансформации.

Историю и развитие военной лексики можно разделить на несколько периодов, которые представлены определенным пластом слов и выражений.

Так, во времена Древнерусского государства многие военные термины были связаны с обороной земель от внешних угроз. В этот период появилось слово град – укрепленный город; засечные черты — система пограничных оборонительных сооружений. Также существовали термины для обозначения военных профессий, которые сегодня уже полностью утратили свое значение или приобрели новое: отрок — в древнерусском государстве X—XI вв. младший дружинник, посадник — наместник князя в землях; тысяцкий — военный руководитель, а также администратор в местном самоуправлении. Во времена Московского царства (1480-1703) военная лексика становится сложнее

и разнообразнее. В этот период возникают термины, связанные с организацией армии, например: полк, рота. Появляются термины для обозначения новых реалий: пушка, аркебуз. Следующим периодом в истории развития военных терминов можно считать Петровский период. Реформы Петра I были направлены на модернизацию армии, в этот период заимствуются многие термины, относящиеся к разным отраслям военного дела. Военный словарь пополняется такими понятиями, как штаб, ротмистр и многими другими. В XVIII-XIX вв. военная лексика обогатилась терминами, которые были связаны с новыми видами вооружений и техники, появлением новых видов войск. В период Отечественной войны 1812 г в русский язык вошли слова французского происхождения: кавалер, гарнизон, атака. В XX в произошли две крупнейшие войны в истории человечества, что не могло не отразиться в языке. Часть возникших терминов — заимствования, например: блицкриг, оккупация. Все они связаны с борьбой против захватчиков: подполье, партизанское движение и др. Военная терминология XXI века продолжает развиваться и обогащаться новыми словами, которые связаны с техническим прогрессом, появлением нового оружия.

Военная терминология — это подвижный пласт лексики, новые слова постоянно входят в ее состав, а старые либо полностью утрачивают значение, так как реалья становится неактуальной, либо меняют свое значение. Кроме того, военная терминология внесла большой вклад во фразеологический фонд русского языка. Такие фразеологизмы, как *на два фронта*, *держат порох сухим*, *не подпускать на пушечный выстрел* прочно вошли в состав литературного языка.

НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Жихарская Е.Л., ученица 10 класса ГБОУ города Москвы «Школа № 171»
Научный руководитель: Корнатов Д.В., учитель истории ГБОУ города Москвы «Школа № 171»

Каждая эпоха обогащает язык новыми словами. Неологизмы (от греческого «neos» — новый и «logos» — слово) — это слова и выражения, возникшие в языке для обозначения новых предметов и понятий. Большинство

неологизмов связано с развитием науки, техники, культуры, экономики, производственных отношений. Понятие неологизма относительное: слово считается неологизмом, пока говорящие чувствуют в нём эффект новизны и свежести. С течением определённого периода времени неологизмы могут быть полностью освоены языком и становятся обычными словами основного запаса языка.

Неологизмы появляются в результате словообразовательной и семантической аффиксации, а также заимствований из других языков.

На современном этапе наиболее продуктивны англицизмы, которые охватывают почти все сферы деятельности человека. Заимствований из французского, немецкого и других языков значительно меньше.

Можно выделить три причины заимствования:

- заимствование слова вместе с заимствованием предмета или понятия (принтер, тостер);
- стремление к упрощению и замене описательного наименования однословным (риелтор – специалист по продаже недвижимости);
- влияние иностранной культуры, мода на иностранные слова (секьюрити – охранник, имидж – образ).

Обильное проникновение иноязычной лексики в современный русский язык вызывает волнение некоторых ученых и деятелей культуры. Некоторые тенденции внедрения новых слов закономерны.

Например, в случае отсутствия эквивалента для нового понятия или предмета в родном языке или использование одного слова вместо описательного оборота. Однако большинство новых слов имеют эквиваленты и их внедрение в язык необоснованно, например: сейл (от англ. sale – распродажа) – распродажа; рекрутинг (от англ. recruiting) – наём, подбор персонала.

В действительности постоянный контакт с народами других стран в экономической, политической, культурной, научно-технической сферах делает процесс заимствования изобретений и слов непрерывным и неизбежным, а новые лексические единицы дают богатый материал для исследований.

АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ ПОДРОСТКОВОМ СЛЕНГЕ

Федорова П.Д., ученица 11 класса ГБОУ города Москвы «Школа № 1501»

Научный руководитель: Шевченко Л. В., учитель русского языка и литературы ГБОУ города Москвы «Школа № 1501»

Одной из ярких особенностей разговорной речи является широкое использование сленговых единиц. Это делает разговорную речь яркой, образной и эмоциональной. В большей степени эти особенности характеризуют речь современных российских подростков. Именно поэтому интересно изучить сленг подростков, понять причины его использования, выявить источники и способы его пополнения, рассмотреть семантику новых единиц.

В русский язык слово «сленг» пришло из английского. Сленг – это особый исторически сложившийся вариант лексических, произносительных и грамматических норм языка, включающий в себя слова и выражения либо заимствованные из других языков, либо созданные по словообразовательным моделям родного языка, и используемые в более конкретных значениях благодаря приобретаемой ими эмоциональной окраске.

В русском сленге большую роль в образовании сленгизмов играет английский язык. Огромное количество англицизмов объясняется несколькими причинами. В первую очередь, английский является международным языком. Большое количество приложений, фильмов, игр доступны на родном и английском языках. Учитывая перспективы, которые дает знание этого иностранного языка, очевидно, почему подростки предпочитают англицизмы. Во-вторых, западная культура оказывает значительное воздействие на поведение, предпочтения подростков, вводя новые тренды, названия которых, как правило, заимствуются. В-третьих, использование английских слов облегчает общение подростков друг с другом, в связи с тем, что некоторые слова, заимствованные из английского языка, короче, чем слова из русского языка или не имеют полных эквивалентов в родном языке. Кроме того, подросткам кажется, что англицизмы, которые звучат необычно, делают их модными и знающими последние тренды.

Подростки заимствуют новые слова из сфер, которые являются частью их жизни. Это, прежде всего, компьютерные технологии, мобильная телекоммуникация, интернет и социальные сети, поп-культура (кино и музыка).

В основном подростки используют в своей речи сленгизмы для передачи эмоций. Благодаря сленгу молодое поколение может ярче и эмоциональнее выразить своё отношение к описываемому предмету или событию и дать свою оценку происходящему. Также сленгизмы используются для конспирации.

Сленговая лексика пополняется благодаря двум главным источникам – внутренним заимствованиям (из других подъязыков, региональных социальных диалектов) или внешним (из других языков). В речи современных подростков преобладает второй способ пополнения.

При внешнем заимствовании слова остаются в исходном виде, но изменения могут быть фонетические, словообразовательные и семантические.

МАЙКЛ ОМЕР. ПОПУЛЯРНОСТЬ ТВОРЧЕСТВА СОВРЕМЕННОГО ИЗРАИЛЬСКОГО ПИСАТЕЛЯ

Филенко К.Г., ученица 9 класса МБОУ «Гимназия №16» г.о. Мытищи

Научный руководитель: Зайцева Ю.Г., учитель русского языка и литературы
МБОУ «Гимназия №16» г.о. Мытищи

Книги Майка Омера, молодого израильского программиста, были переведены на 14 языков мира и являются бестселлерами в рейтингах The Washington Post и The New York Times. Его имя мир узнал в 2018 году, когда он стал самым продаваемым писателем США и обошел таких именитых авторов, как Стивен Кинг и Джоан Роулинг. В 2020 году книга М. Омера «Внутри убийцы» стала №1 книжных продаж в России.

Свой первый роман, «География конца света», М. Омер написал в 16 лет. Вдохновили его на это произведения Т. Пратчетта и Д. Адамса. М. Омер стал самым молодым писателем, роман которого опубликовало израильское издательство Orus. Стоит отметить, что жанр научной фантастики и фэнтези практически не развит в Израиле, и Майк Омер стал одним из немногих писателей в этом жанре.

Служба в армии, по словам писателя, сделала его книги более мрачными, но это не помешало автору выпустить свой второй роман под названием «Атака утки». В то же время он в большей степени увлекся комической фантазией.

М. Омер поступил в университет и изучал программирование, однако это не приносило ему удовлетворения, поэтому он запустил новостной сатирический сайт, где высмеивал министров, темперамент соотечественников и абсурдность человеческого бытия в целом. Вместе с друзьями он попробовал себя в разработке онлайн квеста и впервые начал писать на английском языке. Это навело его на мысль перевода своего романа на английский язык и издания его за границей.

В результате публикации своего нового произведения, «Бессонницы», и анализа спроса на рынке М. Омер понял, что его попытка написать повесть в жанре полицейского детектива и научной фантастики провалилась и ему необходимо найти тот жанр, который будет действительно интересен публике. Так появился «Гленмор-парк», написанный в жанре детектива, который принес ему неплохой гонорар.

Отзывы читателей помогли развить идеи писателя, в результате чего появился детектив-триллер о Зои Бентли, ставший хитом своего времени.

Сюжет произведений М. Омера является насыщенным и держит читателя в постоянном напряжении. Сам писатель говорит, что именно истории не просто об убийцах, а о серийных убийцах позволяют ему с такой легкостью «зацепить» публику.

Трилогия о Зои Бентли невероятно популярна, но автор устал от своей героини и начал работу над новой героиней, Эбби Маллен, которая является профессиональным переговорщиком, общается с террористами. Сегодня она стала не менее популярной среди поклонников жанра.

МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ: ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ЛЕКСИЧЕСКИЙ СОСТАВ, СФЕРА УПОТРЕБЛЕНИЯ

**Сапелкин А.В., ученик 10 класса ГБОУ города Москвы «Школа № 2098
«Многопрофильный образовательный центр» имени Героя Советского
Союза Л.М. Доватора»**

Научный руководитель: Земляникина Анна Владимировна, учитель русского языка и литературы ГБОУ города Москвы «Школа № 2098 «Многопрофильный образовательный центр» имени Героя Советского Союза Л.М. Доватора»

Общение молодежи невозможно представить без использования сленговых слов, которые бывают понятны только их сверстникам.

В русском языке последние несколько лет наблюдается активное употребление сленговых выражений и отдельных слов, которые были заимствованы из английского языка. Некоторые из этих слов пришли в язык из сферы компьютерных технологий и игр, например: слово *баттл*, которое используется игроками компьютерных игр; слово *фича*, заменяющее в молодежном сленге понятие «функция», «возможность».

Также есть целый ряд слов, которые выражают оценку говорящего какому-то явлению или событию. Это такие слова, как *бомба*, *огонь*, *кайф*, *изи*, *зачёт* для обозначения положительной реакции или заимствованные из английского языка слова *кринж*, *криповый*, выражающие негативную оценку говорящего.

В молодежном сленге встречаются не только имена существительные и прилагательные, но и глаголы, которые в основном также образованы от заимствованных слов. *Хейтить*, *шипперить*, *флексить* – все эти слова пришли из английского языка и активно употребляются молодежью. Глагол *хейтить* обычно применяют для описания негативных комментариев в интернет-пространстве, ему близок по значению глагол *шеймить* – пристыдить.

Некоторые слова имеют нейтральный оттенок и могут обозначать положительные или отрицательные эмоции в зависимости от контекста использования, например слово *вайб* – атмосфера, настроение.

Также представлена группа слов, выражающих отношения и общение: *бро* – товарищ, друг; *токсик* – неприятный человек и т.д.

В целом можно отметить, что молодежь активно использует сленг в своей речи для того, чтобы выделиться, показаться модными, иногда проявить непослушание и неповиновение общественным правилам. Использование сленга молодежью также демонстрирует принадлежность к определенной группе. Очень многие сленговые слова несут в себе юмористический оттенок, элемент шутки. Сленговые слова недолговечны, их существование в языке ограничено определенным временным интервалом, некоторые из них затем переходят в литературный язык, другие становятся совершенно непонятными или полностью забываются последующими поколениями.

**Секция «Иудаика: Еврейские диаспоры
и Современный Израиль»**

УРОВНЕВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ: ЯЗЫК ИВРИТ

Алдохина А. В., гр. АМФЗ-120

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Международная комиссия по образованию XXI века в своем докладе для ЮНЕСКО постулировала, что нынешние и грядущие достижения науки и техники определяют важность поиска ранее не применявшегося метода организации труда в обществе будущего. От человека в плане мышления требуется если и не опережать появляющиеся технологии, то как минимум быть в состоянии освоить их. Процесс получения знаний приобретает масштаб непрерывающегося развития личности, навыков, а вместе с тем и способности анализировать и предвидеть трудности. Такие навыки, позволяющие адаптироваться к потребностям времени, принято обозначать термином «компетенции».

Члены Совета Европы, вынося в отдельный список наиболее значимые компетенции, постановили – те из них, которые связаны с овладением устной и письменной коммуникацией, необходимы для работы и успешного функционирования в общественной жизни до такой степени, что их отсутствие буквально грозит человеку социальной изоляцией.

Наиболее эффективным способом проверки качества освоения языковых компетенций, безусловно, является проведение контроля знаний. Сегодня функционирует ряд специальных программ, имеющих целью установление уровня владения иностранным языком, когда результаты экзаменуемого коррелируются с требованиями к каждой ступени и в конечном счете являют собой официально заверенный документ.

Основные системы тестирования и сертификации были представлены как итог деятельности Американского совета по преподаванию иностранных

языков ACTFL (American Council on the Teaching Foreign Languages), а также Совета Европы в рамках Общеευропейских компетенции владения иностранным языком CEFR (Common European Framework of Reference).

В последнее десятилетие израильское образование характеризуется внедрением новых стандартов, ориентированных на компетентностный подход. С опорой на опыт и требования существующих шкал Еврейский университет в Иерусалиме (The Hebrew University of Jerusalem), Университет имени Райхмана (Reichman University) и организация JRC (The Global Jewish Resource Centre) разрабатывают рекомендации для систематического обучения языку иврит в качестве иностранного на всех уровнях. В работе представлен анализ уже получивших распространение систем, определено оказанное на них влияние ранее изданных положений.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОСВЕЩЕНИЯ СОБЫТИЙ ВОЙНЫ В ИЗРАИЛЬСКИХ СМИ НА МАТЕРИАЛЕ СТАТЕЙ ИЗРАИЛЬСКОГО ВЕБ-ПОРТАЛА «WALLA!»

Сиволап Е.А., гр. АМФЗ-120

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Средства массовой информации стали активно развиваться в XX в., а после Первой Мировой войны они столкнулись с потребностью в эвфемизации. Как пишет Ральф Киз, американский писатель, «эта война была такой варварской, массовые убийства на полях сражений и в траншеях этой войны были столь ужасающими, что их просто нельзя было изображать при помощи обычного, ясного языка». И сегодня в современных СМИ продолжают активно использовать эвфемизмы, говоря о разных сферах жизни, в особенности о войне.

На 21 ноября 2023 года (52 день с начала войны) по хэштэгу «война в Газе» — «עזה מלחמת» на израильском веб-портале «Walla!» было опубликовано 1766 статьи.

Было подсчитано количество употреблений слов со следующими корнями в отношении палестинцев (включая террористов из группировки ХАМАС) и израильтян:

נִטְרִיל — **нейтрализовать**

Может быть использовано только по отношению к террористам.

Употреблений: 3

הִסִּיל— **уничтожить, ликвидировать**

Может быть использовано только по отношению к террористам.

Употреблений: 32

הָרַג - **убийство, резня, убивать**

По отношению к израильтянам употреблений: 75

По отношению к палестинцам употреблений: 15

רָצַח - **убийство (преднамеренное), геноцид, убивать**

По отношению к израильтянам употреблений: 161

По отношению к палестинцам употреблений: 1

На данном этапе исследования не подтвердилась гипотеза о смене риторики израильских СМИ на менее насыщенную эвфемизмами после начала войны в сравнении с риторикой до ее начала. Но полученные данные позволяют сделать вывод о том, что в большинстве случаев статьи, содержащие в себе информацию об убитых, — это статьи об убитых гражданах Израиля (82.23%). Статей об убийстве палестинцев (включая террористов из группировки ХАМАС) существенно меньше с использованием слов с корнем **הָרַג** 5.23%, с корнем **רָצַח** 0,35%. Для сообщения об их убийстве солдатами Цахала используют более нейтральные слова с корнем **הִסִּיל** в 11.15% от всех статей, содержащих в себе новость об убийстве.

Исследование эвфемизмов как средства манипуляции общественным сознанием является перспективной темой в контексте военных конфликтов, так как язык всегда был и сегодня остается инструментом политики и политического влияния.

ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ УЧЕБНОГО СЛОВАРЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ ДЛЯ ФИЛОЛОГОВ-ГЕБРАИСТОВ

Андреева Е.В., гр. АМФЗ-120

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Термины как средство научной коммуникации обладают дефиницией и являются относительно стабильным элементом научного познания. Целью нашей работы является описание лингвистики языка иврит через соотнесение лингвистических терминов иврита с полностью эквивалентными, частично эквивалентными и безэквивалентными явлениями в русском и английском языках.

Для достижения поставленной цели были разработаны следующие принципы отбора, анализа и освещения терминологической лексики:

1. Принцип учёта сопоставительной характеристики иврита, русского и английского языков. В соответствии с этим принципом в ходе создания словаря будет уделяться особое внимание терминам, называющим процессы и явления, которые существуют в иврите и отсутствуют в английском и русском языках (כינוי הקניין, סמיכות). Абсолютно безэквивалентные термины следует толковать, а также приводить примеры реализации обозначаемых ими явлений на иврите, и переводить их на русский и английский языки.

2. Принцип разграничения возможных соотношений между терминологическими системами иврита, русского и английского языков. Возможны следующие случаи:

а) полные эквиваленты: их следует переводить, не сопровождая дополнительными комментариями (שם תואר – имя прилагательное – adjective, זמן – грамматическое время – tense);

б) частичные эквиваленты: такие термины следует не только соотнести с двумя терминами английского и русского языка, но также привести примеры предложений на трех языках, в которых наблюдается данное явление (термин האור מצב – действительное причастие настоящего времени – Present Participle);

в) безэквивалентные термины для одного из языков (существование лингвистической реалии в английском, но отсутствие таковой в русском, и

наоборот). В таком случае порядок действий будет похож на ситуацию, когда в языках нет аналога явлению на иврите, то есть мы будем толковать термин, приводить примеры употребления, переводить примеры на русский и английский языки.

В ходе доклада также будут представлены этапы работы над учебным словарем и охарактеризовано актуальное состояние исследования.

РЕЛИГИОЗНЫЕ АСПЕКТЫ ЕВРЕЙСКОЙ ЭПИГРАФИКИ БЕЛАРУСИ

Попова А.М., гр. АМФЗ-120

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В работе автор анализирует лингвокультурологические особенности жанра еврейской эпитафии кладбищ Республики Беларусь. В ходе анализа автор рассматривает такие аспекты ивритоязычной надгробной надписи, как отражение религиозных убеждений и наличие в сквозных мессианских мотивах в тексте еврейской эпитафии кладбищ различных поселений Беларуси (Глубокое, Кобрино, Лепель и др.).

Кладбища можно считать заключительным этапом истории жизни человека и существования его в этом мире. Именно на кладбищах находит своё пристанище последнее отражение места человека в социуме, отражение его религии и его традиций. Исключением не стало и еврейское общество, на эпитафиях которого особенно ярко отразились характерные черты иудейской веры, внося в них отличительные религиозные мотивы, смешанные с упованием на грядущее воскрешение с приходом Машиаха, с бессмертием человеческой души и нерушимой связью всех, когда-либо живших в общем “узле жизни”.

Расшифровка и анализ ашкеназских надгробных надписей позволяет существенно расширить представления о жизни еврейских местечек, о месте еврея в канонах иудейской веры и в целом внести вклад в исследование культуры и быта еврейского народа, проживавшего на исследуемых территориях.

БУДУЩЕЕ ВРЕМЯ В СОВРЕМЕННОМ ИВРИТЕ

Четина Д.Р., гр. АМФЗ-121

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Современный иврит – язык с богатой историей, грамматическая система которого представляет интерес для исследователей. Одним из ключевых аспектов грамматической структуры современного иврита является образование времен, включая их использование и особенности. В данном контексте особое внимание уделяется будущему времени.

Будущее время в иврите характеризуется добавлением приставки к корню глагола или наличием в предложении наречий, используемых в будущем времени. Например, к корню инфинитива глагола "לכתוב" (писать) добавляется приставка "ת"-, что способствует образованию форм будущего времени "תכתוב" (e-khtov); приставка "ת"- — глагол "תכתוב" (ti-khtov), приставка "נ"- — глагол "נכתוב" (ni-khtov).

В ходе исследования будущего времени в современном иврите были рассмотрены аспекты использования данной временной конструкции в современном иврите, грамматические особенности языка, способы образования форм будущего времени и их семантические и синтаксические особенности, а также примеры использования будущего времени в повседневной коммуникации.

Также было выявлено влияние исторических факторов на формирование будущего времени в современном иврите, рассмотрены современные тенденции в употреблении будущего времени. Отмечена тенденция к упрощению языка в устной речи, что проявляется в изменении норм употребления временных форм в иврите, в том числе и будущего времени.

Была рассмотрена специфика использования морфологических форм будущего времени, их синтаксические конструкции и функции, а также семантические оттенки значений, на примере выражений, используемых носителями в речи.

Чаще всего будущее время в речи носителей выражается глаголом в форме будущего времени, образованным, как правило, с помощью приставок

נ" ,"-א" ,"-ל" ,"-י" , также используются наречия "בשנה הבאה" , "מחרתיים" , "מחר" и другие.

Таким образом, исследование показало, что выражение будущего времени в иврите обусловлено наличием глагольной формы в будущем времени с соответствующими приставками или использованием наречий.

Секция «Мировая литература и медиа»

ОККАЗИОНАЛИЗМЫ В ТВОРЧЕСТВЕ Е. НЕКРАСОВОЙ НА ПРИМЕРЕ РАССКАЗА «КВАРТИРАЙ» ИЗ СБОРНИКА «ДОМОВАЯ ЛЮБОВЬ»

Усачева Е.С., гр. СКФ-120

Научный руководитель: док. филол. н., проф. Бугаева И.В.

Кафедра общей и славянской филологии

В последнее время большое внимание уделяется идиостилю различных авторов. Идиостиль Е. Некрасовой является ярким примером идиостилистики художественного текста.

Целью данной работы является описание окказионализмов в рассказе «Квартирай» как яркой приметы идиостиля.

Анализ проведен на материале рассказа «Квартирай» из сборника Е. Некрасовой «Домовая любовь».

Изучением идиостиля писателей занимались В.В. Виноградов, В.П. Григорьев, Ю.М. Лотман, Е.Г. Фоменко, А.И. Ефимов и т.д. Творчеству Е. Некрасовой посвятили свои исследования А.В. Пучкова Д.Н. Корочкина, А.Г. Коваленко, Р.Р. Шагимуратова, Е. Н. Подтележникова, А. Ю. Луценко и другие. Разбирались такие аспекты творчества Е. Некрасовой, как текстовые и языковые особенности идиостиля, магический реализм в её творчестве, и рассматривались произведения автора с точки зрения феминного дискурса.

Отличительной чертой идиостиля Е. Некрасовой являются окказионализмы – “новые слова, созданные писателями”.

Многие окказионализмы, созданные Е. Некрасовой, являются сложными и составными словами. Отличительная черта окказионализмов в том, что они являются окказионально дефисными комплексам.

Окказионально дефисные комплексы не однородны, их можно классифицировать следующим образом:

- 1) слова повторы: *жизнь-жизнь, рассказывать-рассказывать, про себя-про себя;*

- 2) перечисления: *дворами-парковками, падает-летит*;
- 3) одно слово является признаком второго: *двушки-хрущевки, грязно-белый, жидко-застроен*;
- 4) одно из слов является приложением: *помещики-квартировладельцы*;
- 5) составное оценочное слово: *мальчик-с-квартирой-в-центре-Москвы*.

Планируется дальнейшее изучение данной темы не только на примере творчества Е. Некрасовой, но и других современных писателей, поскольку окказионализмы являются ярким проявлением идиостиля писателей.

УРОВНИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЛИТЕРАТУРЫ И КИНЕМАТОГРАФА В КУЛЬТУРЕ XX ВЕКА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Ф. С. ФИЦДЖЕРАЛЬДА «ВЕЛИКИЙ ГЭТСБИ»)

Айдинян К. Ю., гр. АМФЗ-120

Научный руководитель: док. филол. н., проф. Гарипова Г.Т.

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Социокультурный взрыв начала XX века, предопределенный влиянием модернистского типа художественного сознания, во многом и стал точкой формирования новых форм искусства. Кинематограф принципиально изменил не только мир культуры и искусства, но и эпохальную ментальность в целом.

В современной гуманитаристике все чаще актуализируется теория интермедиальности, возникновение и развитие которой тесно связано с усилением научной значимости интегральных и междисциплинарных аналитических парадигм. В силу увеличивающегося влияния аудиовизуальных медиа на восприятие и оценку окружающей реальности появляется колоссальное количество научных дисциплин, изучающих кинематограф. Предмет исследования разнообразен, и на фоне обретения киноведением академического статуса появляются разногласия в методологии изучения и киноанализа, звучат споры о его отличии от кинокритики.

Сегодня в культуре кинематографа ситуация смены парадигм (литературоцентричной на медиацентричную) часто меняет восприимчивую

систему – человек сначала смотрит экранизацию, затем узнаёт о книге и читает её. Фильмы стали своего рода рекламой для художественных произведений, сокращённой версией, после которой у зрителя появляется интерес прочитать расширенный вариант. Вербальная культура, доминирующая в XX столетии, стала вытесняться визуальной.

Роман Ф. С. Фицджеральда «Великий Гэтсби» определил многие культурные традиции XX и XXI веков. Феноменальное произведение, которое не только отразило англо-американскую будничность, но и стало культурным кодом своего времени. В последней из экранизаций, которая практически полностью воссоздаёт оригинальный текст и сюжетно, и стилистически, режиссёр Баз Лурман через различные аудиовизуальные приёмы передаёт описанные в произведении детали характеров, настроения героев, их отношение друг к другу и к событиям.

Интерес публики к экранизациям классических произведений свидетельствует о том, что литературное творчество может получать новые формы выражения, соответствующие духу времени. Киноискусство существует обособленно, но не независимо от художественных текстов. Существуют разные подходы и к созданию экранизации, и к её анализу, но важно помнить, что это всегда работа, связанная в первую очередь с интерпретацией вербального языка в медиакультурном поле. Режиссёр является своего рода соавтором произведения, по мотивам которого фильм снимался.

ОТ ТУРИЗМА К ПРЕПОДАВАНИЮ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРА ТРЕВЕЛОГА

Шестакова А. П., СКФ-120

Научный руководитель: док. филол. н., проф. Бугаева И.В.

Кафедра общей и славянской филологии

Тревелог – это многослойный, мультимодальный жанр, рассматриваемый как повествование о путешествиях. На сегодняшний день термин тревелог крайне актуален во многих областях человеческой деятельности, особенно в рекламной и туристической сферах. Также жанр тревелога получил

распространение в сети Интернет, где можно найти тысячи разноязычных трэвел-блогов.

История термина «трэвелог» (travelogue) насчитывает более 100 лет. Считается, что ввёл его Бертон Холмс (Berton Holms) – американский путешественник, фотограф и кинооператор в 1904 году, употребив его в многочисленных лекциях, где рассказывал публике о своих поездках в различные страны мира. Выступления Б.Холмса сопровождались наглядными материалами: иллюстрациями, предметами культуры и быта, картами, фильмами и т.д.

На русском языке термин впервые был упомянут А. Эткингом в работе «Толкование путешествий. Россия и Америка в трэвелогах и интертекстах» (2001 г.).

Поликодовость, заложенная ещё Б. Холмсом, послужила фундаментом для распространения трэвелога как рекламного жанра в области туризма, путешествие выступает в качестве продаваемого потребительского товара. Комбинация вербальных, визуальных и аудиальных элементов способна вызвать интерес возможного покупателя и тем самым увеличить спрос на тот или иной туристический продукт.

Жанр продолжает трансформироваться и приобретать новые формы, всё чаще можно встретить трэвелоги в преподавании. Разрабатываются лингвокультурологические проекты, целью которых является знакомство с языком и культурой чужой страны с помощью мультимодального текста, а трэвелог в их основе становится учебной единицей в организации обучения.

Формат может предполагать обмен фотографиями, видеороликами или аудиофайлами, где учащиеся делятся информацией о своей стране, что способствует усвоению и закреплению лексического и грамматического материала, развитию устной и письменной речи на иностранном языке.

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРСОНАЖЕЙ В ИГРЕ «WOLF AMONG US» («ВОЛК СРЕДИ НАС»): АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ СТРАТЕГИЙ, ФОЛЬКЛОРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ И ЛИТЕРАТУРНЫХ ПРИЕМОВ

Ганичкина А.А., гр. АМФЗ-121

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

«The Wolf Among Us» (с англ. – «Волк среди нас») – эпизодическая графическая приключенческая компьютерная игра, разработанная и выпущенная американской компанией «Telltale Games». «The Wolf Among Us» основана на серии комиксов «Fables» Билла Уиллингема и выступает в качестве приквела оригинальной истории.

Рассматриваются особенности фольклора в использовании персонажей игры. Здесь встречаются как герои классических европейских сказок Братьев Гримм (Белоснежка), Шарля Перро (Ослиная шкура, Красная шапочка), так и персонажи из легенд (Кровавая Мэри), стихотворений англоязычных писателей (Ричард Скарри «George-Porgie»).

Также интересна лексика героев игры. Персонажи, хоть и по сюжету игры прожили какое-то время в мире людей, откуда узнали слова и выражения разных стилей, используют фразеологизмы, понятия и выражения из сказочного мира.

Анализ особенностей компьютерной игры с лингвистической точки зрения ведет исследование к изучению фольклора, исторических и языковых истоков сюжета. Кроме того, видеоигры стали важной и популярной формой развлечения, привлекая миллионы игроков со всего мира. Исследование языковых аспектов и литературных методов в играх, таких как «Wolf Among Us», позволяет более глубоко понять и оценить их вклад в культурный и литературный контекст. В работе были рассмотрены языковые стратегии, используемые персонажами в игре (выбор слов, стиль речи), фольклорные элементы, использованные в описании и диалогах персонажей, такие как народные сказки, мифы, легенды, а также литературные приемы, применяемые в создании персонажа: метафоры, символы, аллегории и др.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБРАЗА ДЕТЕКТИВА В АМЕРИКАНСКИХ И РОССИЙСКИХ ФИЛЬМАХ

Рыкунов Р.А., гр. АМЮ-122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Языковые стратегии и речевые приемы – это неотъемлемая часть работы каждого детектива. Выполняя столь важную работу, как расследование уголовных преступлений, детектив не может обойти стороной важность языковых стратегий и речевых приемов.

Эти навыки помогают детективу эффективно взаимодействовать со свидетелями, подозреваемыми, коллегами и другими участниками расследования. Они позволяют задавать вопросы таким образом, чтобы получить максимум информации, обращать внимание на невербальные сигналы и уловить намеки, которые могут помочь в раскрытии дела. Владение различными языковыми стратегиями, такими как активное слушание, эмпатия, умение построить доверительные отношения, тактика общения в стрессовых ситуациях и мастерство переговоров, является ключевым аспектом успешной работы детектива.

Несмотря на схожесть методов и приемов, используемых детективами по всему миру, в каждой стране присутствуют свои особенности. Окутанный тактичностью и вежливостью образ американского детектива полностью противоположен образу бесстрашного и справедливого детектива из России. Особенно ярко это прослеживается при сравнении кинематографа обеих стран, ведь именно кинематограф формирует эти образы.

Несмотря на внушительное разнообразие и массовость произведений детективного жанра, порой они содержат обширное число ошибок. Умело укоренившийся шаблон риторических приемов и языковых стратегий детектива стал неотделимой частью массовой культуры.

В ходе исследования были рассмотрены художественные произведения детективного жанра из двух стран: России и США. В процессе так же были выявлены некие общие черты в формировании образа детектива, его речевые и поведенческие манеры. Также был проведен сравнительный анализ в сфере трактовки речевых приемов.

Таким образом, более внимательное изучение речевых и языковых особенностей детективного жанра представляет интерес для дальнейших исследований в области лингвистики.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

Кононенко К.В., гр. АМФЗ-221

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Лингвистическая концепция – это система взглядов, идей и принципов, определяющих подход к пониманию языка. Она может быть связана с различными языковыми аспектами, такими как структура, функционирование, развитие, семантика, синтаксис, а также их взаимосвязь.

В работе рассматриваются концепции М. Бахтина, Р. Барта, У. Эко, Л. Витгенштейна. Выбор этих авторов обусловлен тем, что их теории имеют прямое отношение к исследованию литературного произведения, его языка, структуры и коммуникативной природы. Их работы предоставляют широкий спектр инструментов (как лингвистических, так и философских) для исследования художественных текстов и понимания их языковой природы, а также позволяют взглянуть на литературу с новой точки зрения.

Русский литературовед Михаил Бахтин известен своей концепцией полифонизма (многоголосия). Она описывает множественность голосов, точек зрения и мировоззрений в тексте. М. Бахтин подчеркивает важность диалога как основного способа взаимодействия с текстом, где каждый голос может быть услышан и понят.

Французский литературовед Ролан Барт предлагает свою теорию языка и литературы, утверждая, что язык является активным участником создания смысла. Он призывает использовать семиотику и структурализм для понимания идеи и структуры текста.

Итальянский ученый Умберто Эко в своей концепции акцентирует внимание не на семиотической структуре текста, а на роли читателя, без которого коммуникация не может состояться. По его мнению, каждый текст

является открытым, незавершенным произведением, требующим участия читателя (или, в более широком смысле, адресата) для своей реализации.

Концепция языковых игр, разработанная австрийским философом Людвигом Витгенштейном, заключается в том, что каждое утверждение – это игра с языковыми элементами, основанная на правилах, которые могут быть неоднозначными и зависящими от контекста.

Таким образом, эти лингвистические концепции фокусируются на связи языка и литературы и предлагают различные аспекты интерпретации текста и комплексный подход к изучению литературного произведения.

МИФОПОЭТИЧЕСКИЕ СЮЖЕТЫ И ОБРАЗЫ В СЕРИАЛЕ «БЕДНЫЕ АБРАМОВИЧИ»

Плахтеева В.Н., гр. АМФЗ-221

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

В сериале «Бедные Абрамовичи» представлено множество аллюзий на различные мифологические системы и используются элементы разных культурных традиций, что значительно обогащает экранную вселенную. Разумеется, важную роль играет и еврейская мифология. Наиболее ярко представлены следующие фольклорные мотивы и образы: переселение душ (гильгуль-а-нэшамот), «еврейское счастье» и еврейский демон Диббук.

Исследование мифопоэтических мотивов и образов в сериале позволяет раскрыть связь происходящего на экране с народной культурой. Мифологические мотивы и образы имеют глубокие корни в культуре народа, отражают коллективные представления и ценности. Исследование предполагает рассмотрение мифопоэтических мотивов «Бедных Абрамовичей» в контексте массовой культуры, что вписывается в актуальные тенденции современной гуманитаристики.

В результате исследования можно выяснить, каким образом сериал использует мифологию для передачи основных идей и ценностей. Мифы могут служить примерами для осмысления человеческой сущности, конфликтов и проблем, а также для создания персонажей и сюжетных линий. Изображение в

сериале мифопоэтических мотивов и образов служит нескольким целям: позволяет достичь символической глубины, придавая сюжету и персонажам дополнительное значение; укореняет произведение в культурной традиции и наследии; раскрывает тематические сюжеты (мифопоэтические мотивы используются для развития определенных тем, таких как семья, вера и судьба); создает эмоциональную связь со зрителями.

Научное исследование мифопоэтических мотивов и образов в сериале «Бедные Абрамовичи» имеет потенциал расширить наше понимание значения мифологии в современном культурном контексте и её влияния на массовую аудиторию.

ЮРИДИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В БРИТАНСКИХ СЕРИАЛАХ «THE ESCAPE ARTIST», «SILK» И «THE SPLIT»

Соколова А. А., гр. АМФЗ -122

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Судопроизводство в Великобритании имеет долгую и богатую историю. Первый суд – Королевский – был основан еще в 1215 году. Судебная система претерпела много реформ, и в настоящее время систему юстиции в Англии и Уэльсе формируют следующие инстанции: 1) Верховный суд Соединенного Королевства (The Supreme Court of the United Kingdom) 2) Апелляционный суд (The Court of Appeal of England and Wales); 3) Высокий суд правосудия (The High Court of Justice), занимающийся уголовными, гражданскими и семейными делами; 4) Королевский суд Англии и Уэльса (The Crown Court), занимающийся уголовными делами; 5) Суд графства (The County Court), рассматривающий гражданские и семейные споры. Также в системе присутствуют суды магистратов (Magistrates' Courts), специальные суды (Special Courts) и службы трибуналов (Tribunals Service).

Юридическая лексика судебной системы заслуженно занимает большую часть в рамках профессионального языка, исследование такой лексики интересно своим лингвистическим аспектом. Криминальные сериалы являются

одними из самых популярных среди всего жанрового многообразия, поэтому исследование было построено именно на них.

Установлено, что в исследуемых сериалах в английской судебной системе есть два термина, которые на русский язык переводятся один и тем же словом «адвокат». В британских сериалах, однако, мы встречаем слова *barrister* и *solicitor*, обязанности которых значительно отличаются. *Barrister* является законным представителем, представляющим и защищающим интересы клиентов в суде, именно он работает с наиболее сложными юридическими вопросами. *Solicitor* осуществляет деятельность вне суда и в суде не выступает.

Для обозначения профессии *barristers* используется термин *the Bar*, на русский язык переводится термином «адвокатура», но также используется в значении «коллегия адвокатов»: *to be called to the Bar* — быть призванным в коллегия адвокатов, получить профессию *barrister*. В Великобритании *the Bar* управляется Советом адвокатов (*Bar Council*). Глава коллегии адвокатов Англии и Уэльса и коллегии адвокатов Северной Ирландии называется *attorney general*.

Кроме того, в сериалах встречается еще один термин — *silk*, что на русский язык также переводится словом «адвокат». *Silks* являются адвокатами высшего уровня, которые выступают от имени правительства Великобритании, такое название было получено из-за шелкового одеяния адвокатов в суде: *silk* в переводе с английского языка означает «шелк». В эпизодах мы встречаем адвокатов *QC* — *Queen's Counsel* и *КС* — *King's Counsel* (*QC* используется, когда во главе Великобритании стоит женщина).

ОСОБЕННОСТИ КОМИКСОВ

Цапаликова Ю.А., гр. АМФЗ-221

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

Кафедра филологии и лингвокультурологии

Понятие «комикс» происходит от английского слова «*comic*», что переводится как «смешной». Чаще всего комиксами называют рисованные истории или рассказы в картинках. Научное же определение предлагает Скотт Макклауд в своей книге «Понимание комикса». По его словам, «комикс – это

сопоставленные в определенном порядке в пространстве графические и прочие изображения, призванные передать информацию и вызвать у читателя эстетический отклик».

Стоит понимать, что комикс – это не литературный жанр, а форма массовой литературы, которая сочетает в себе одновременно и черты изобразительного искусства, и черты массовой литературы.

Особенности комиксов – это те индивидуальные свойства, которые резко отличают рисованные истории от других форм литературы. Среди них выделяют:

- 1) комбинирование текста и изображений;
- 2) визуальная наглядность;
- 3) структура отдельных страниц;
- 4) имитация движения;
- 5) использование переходов и кадров;
- 6) разнообразие жанров.

Рассмотрев особенности комиксов, можно сказать, что они значительно отличаются от других форм литературы, которые предлагают детальное описание событий, мест и персонажей, ориентирующее не на визуальную наглядность, а на содержательность и точность повествования.

Комиксы же – это искусство, объединяющее текст и изображения для создания неповторимого литературного и визуального опыта, помогающее легко и доступно воспринимать сюжет.

АКСО КОЛИЕВ – АВТОР ПЕРВЫХ ПОЭТИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ НА ОСЕТИНСКОМ ЯЗЫКЕ

Джанаева Е.Т., ученица 9 класса ЧОУ «Православная гимназия имени Аксо Колиева»

Научный руководитель – Калоева Залина Эльбрусовна, заместитель директора по воспитательной работе ЧОУ «Православная гимназия имени Аксо Колиева»

Священник Алексей (Аксо) Колиев – один из первых просветителей осетинского народа. В гимназии нам рассказывают о нем, мы изучаем его

жизнедеятельность, знаем и гордимся тем, что человек, чье имя носит наша гимназия – основатель женского образования в Осетии.

Также Аксо Колиев был учителем, затем смотрителем (директором) Владикавказского духовного училища, был одним из первых переводчиков на осетинский язык богослужебных текстов. В архиве Северо-Осетинского института гуманитарных и социальных исследований имени В.И. Абаева мы, ученики Православной гимназии, видели оригинал текста на осетинском языке молитвы «Отче Наш», написанный А. Колиевым. Увиденный документ впечатлил меня и захотелось подробнее изучить написанные им произведения, которые считаются первыми поэтическими произведениями на осетинском языке. В этом и состоит цель нашего исследования.

Предмет исследования – просветительская деятельность А. Колиева.

Объект данной работы – деятельность А. Колиева как автора первых поэтических произведений на осетинском языке.

К каким выводам мы пришли в процессе исследования? А. Колиев является автором первых поэтических произведений на осетинском языке. Это три произведения духовно-религиозного характера: «Чырыстийы рухс Райгасдзинад» («Светлое Христово Воскресение»); «Мады Майрамы кадзы зараг» («Хвалебная песнь Пресвятой Богородице»); «Мах фыд» («Отче Наш»). Все три произведения были написаны в 1825 г. и считаются первым образцом поэтического творчества на осетинском языке. Первые два произведения были опубликованы в журнале «Чырыстон цард» («Христианская жизнь») в 1911, 1913 гг.

Третье поэтическое произведение А. Колиева – «Мах фыд» («Отче Наш») датировано самим автором октябрём 1865 г. и хранится в Научном архиве СОИГСИ, оно не было опубликовано.

Таким образом, первым образцом поэтического творчества на осетинском языке считаются произведения духовно-религиозного характера, написанные видным общественным и церковным деятелем Осетии, просветителем, переводчиком, протоиереем Аксо (Алексием) Колиевым.

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

Сборник тезисов докладов научной
студенческой конференции с участием школьников 9-11 классов

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.