

учетом уже ранее изученных конструкций, оборотов и правил; при знакомстве с репликами и их изучением будет прослеживаться семантическая и фонетическая ассоциации; не будет механического запоминания слов, а с помощью игр будет проходить интерпретация лексики; включение новых слов в контекст будет происходить дозированно и между уже известными ребятами словами и словосочетаниями [3].

Перед учителем английского языка всегда стоит очень важная задача – заинтересовать своим предметом, а также сформировать познавательный интерес у учащихся, чтобы они сами хотели заниматься, искать дополнительную информацию по темам. Необходимо применять различные виды деятельности, методы и технологии, которые разнообразят урок, а также создадут комфортную среду для общения на языке. Один из эффективных видов ролевой игры – театрализация, она ввиду своей необычности, красочности поможет сформировать этот интерес. С ее помощью можно показать любимые произведения учеников, отрабатывая при этом ранее изученный материал, а также вводя новые слова и словосочетания.

Литература

1. Бернштейн В.Л. Пути формирования межкультурной коммуникативной компетенции на уроке иностранного языка // Преподавание иностранных языков и культур: проблемы, поиски, решения (Лемпертовские чтения – VII): материалы Междунар. метод. симпозиума (Пятигорск, 19-20 мая 2005 г.). Пятигорск. 2005. № 11(81). С. 48-49.
2. Биболетова М.З., Добрынина Н.В. Английский язык. М.: Просвещение, 1994.
3. Ильев В.А. Технология театральной педагогики в формировании и реализации замысла школьного урока: учебное пособие для студентов пединститута, учителей лицеев, колледжей, гимназий и средних школ. М.: АспектПресс, 2003. 128 с.

М.В. Безрукова
Самарский университет, Самара, Россия
Научный руководитель М.В. Черкунова

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ МАЛЫХ ЖАНРОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА

Аннотация. В статье приводятся результаты сравнительного анализа языковых характеристик двух разновидностей малоформатных текстов, существующих в англоязычном художественном дискурсе, а именно, афоризмов и сетевых минирассказов. В

ходе анализа эмпирического материала, состоящего из 100 афоризмов классических авторов и 100 произведений сетевой литературы, выявляются лингвистические особенности рассматриваемых текстов. Устанавливаются жанро-специфичные способы достижения прагматического эффекта в условиях структурного лаконизма и простоты вербального плана.

Ключевые слова: афоризм, сетевая литература, малоформатный текст, дискурс художественной литературы, прагматический эффект.

В современном мире существует явная потребность к сокращению объема коммуникативных единиц – текстов. Эти изменения касаются не только межличностного, но и научного, медийного и официально-делового контекстов; не является исключением и сфера художественной литературы [3, с. 126–142]. В XXI веке малоформатные тексты представлены, например, произведениями в формате сетературы, сформировавшимися в том числе на базе классического афоризма. В связи с этим актуальным представляется изучение эволюции речевых способов выражения объемного содержания в виде компактных текстовых структур.

В нашей работе под афоризмами мы подразумеваем «краткие, глубокие по содержанию и законченные в смысловом плане суждения, которые принадлежат определенному автору и характеризуются образной, легко запоминающейся формой» [2, с. 3]. К категории сетевой литературы мы относим художественные тексты, создаваемые для публикации в сети и впервые там опубликованные, способные полноценно существовать только в цифровом пространстве и не имеющие бумажного варианта [1, с. 5–13].

Материалом для исследования послужили 100 афоризмов, принадлежащих таким классическим авторам, как М. Твен, О. Уайльд, Б. Шоу, Ч. Диккенс и др., а также 100 произведений, отобранных в сети Интернет по запросам *six-word story*, *one-sentence story*, *twitterature*.

Несмотря на общность функциональной нагрузки рассмотренных жанровых разновидностей малоформатных текстов, а именно – стремления оказать художественное воздействие на адресата и вызвать комплекс интеллектуально-эмоциональных переживаний, афористические тексты в целом ориентированы на выражение универсальных истин, в то время как сетевые минирассказы ставят своей целью изображение некоего фрагмента действительности сквозь призму переживаний вымышленного персонажа. Данная прагматика актуализируется в текстах при помощи определенного набора языковых инструментов.

На лексическом уровне рассматриваемые типы текстов не имеют существенных различий – и в афоризмах, и в произведениях септературы преобладают нейтральные лексемы.

Основные отличия между рассмотренными типами текстов зафиксированы на уровне их синтаксической организации. Так, для афоризмов наиболее частотной является модель, включающая одно простое или сложное повествовательное предложение. В септературе произведения часто оформляются в виде односоставных номинативных предложений.

Как показал анализ, в текстах септературы средства экспрессивного синтаксиса являются одним из главных инструментов реализации прагматического потенциала. Чаще всего встречаются риторические вопросы и восклицания, которые практически отсутствуют в афористических текстах, например:

- *Will you still love me tomorrow?*
- *Old friends. Alzheimer's disease. New friends!*

Использование названных приемов способствует созданию эффекта диалогизма и вовлечению читателя в обсуждение проблемы.

Более частотным, чем в афоризмах, является прием парцелляции:

- *In the morning he noticed the front door.*
Not locked.
He hadn't locked up before bed? That was unsettling.
Wait, no. He definitely had.
That was worse.

Парцелляция создает эффект дробления смыслового целого на части, за счет чего проставляются необходимые логические акценты, и высказывание приобретает динамизм.

Также в сетевых минирасказах крайне частотными являются параллельные конструкции:

- *You asked for flowers and I brought flowers. You asked for dancing and I danced. I asked for your love and you gave back the flowers.*

Кроме того, приведенные примеры показывают, что для рассмотренных текстов характерно использование бессоюзного типа связи, который создает эффект концентрации смысловых фокусов и придает нарративу динамизм и драматизм.

- *I pushed him. He didn't fall.*

В группе афористических текстов также отмечено частое использование средств экспрессивного синтаксиса. Помимо синтаксического параллелизма

характерным приемом в этой текстовой разновидности является хиазм, ритмически организующий текст и помогающий проставить логические ударения:

– *Take care to get what you like or you will be forced to like what you get.* (G.B. Shaw)

Кроме того, в выборке зафиксированы случаи употребления бессоюзия, убывания и инверсии.

– *Be careful about reading health books. You might die of a misprint.* (M. Twain)

– *The holy passion of friendship is so sweet and steady and loyal and enduring in nature that it will last through a whole lifetime, if not asked to lend money.* (M. Twain)

– *Nothing so needs reforming as other people`s habits.* (M. Twain)

Основным инструментом формирования семантического плана афоризма и достижения высокой степени универсальности транслируемых идей являются средства языковой образности. Среди лексических выразительных средств наиболее часто употребляется парадокс, который помогает сделать акцент на основной мысли, заложенной в тексте.

– *The only way to keep your health is to eat what you don`t want, drink what you don`t like, and do what you`d rather not.* (M. Twain)

Антитеза применяется для создания смыслового контраста и делает транслируемые идеи более яркими и запоминающимися, например:

– *Men always want to be a woman`s first love – women like to be a man`s last romance.* (O. Wilde)

Кроме того, отмечены случаи использования таких приемов, как разложение фразеологических срощений, метафора, оксюморон, аллюзия, олицетворение, сравнение и каламбур.

Таким образом, рассмотренные нами малые литературные формы, в целом отличающиеся лаконизмом и простотой плана вербального выражения, имеют целый ряд характерных черт, в совокупности позволяющих им эффективно выполнять уникальную прагматическую задачу и осуществлять комплексное воздействие на когнитивную и эмоциональную сферу адресата.

Литература

1. Зубченко И. Литература и сетература в Рулинете // Полярный вестник. 2007. № 10 (Январь). С. 5–13.
2. Сокольская Л.И., Федоренко Н.Т. Афористика. М.: Наука, 1990. 419 с.

3. Черкунова М.В. Современные малоформатные тексты: факторы внешней среды как предпосылки сокращения текстового объема (опыт системного анализа) // Культура и текст. 2022. № 3 (50). С. 126–142.

А.А. Белоусов
Самарский университет, Самара, Россия
Научный руководитель Ю.С. Старостина

ЯЗЫК МОДЫ КАК ОСОБАЯ ДИСКУРСИВНАЯ ПРАКТИКА

Аннотация. В статье анализируются особенности дискурса моды и его языкового воплощения. В ходе исследования были выделены ключевые ценностные концепты дискурса моды, такие как «*beauty*», «*change*», «*time/timelessness*», «*icon/iconic*», особенности языка описания предметов моды, в частности стремление языка иммобилизовать восприятие визуального образа, а также аксиологические стратегии воздействия, подтверждающие тезис о том, что описание модной одежды, а не ее практическая реализация, становится ключевым фактором в продвижении концептов моды.

Ключевые слова: дискурс, мода, язык, речевая стратегия, концепт, ценность, восприятие.

Мода – одна из ключевых категорий культуры, максимально наглядно отражающая актуальные ценностные и эстетические отношения в любом обществе. Ее влияние распространяется не только на сферу предметов внешней атрибутики (одежду, украшения, интерьер), но затрагивает и более фундаментальные аспекты жизни человека: его привычки, поведение, характер, стиль жизни в целом. Мода регулирует отношения между людьми в социальной иерархии, чувствует малейшие изменения в ритме эпохи. Мода – это пространство, в котором человек непосредственно выражает свое художественное мировоззрение, что позволяет говорить о сложной природе дискурса моды.

Лингвистика вычленяет прежде всего коммуникативный и семиотический аспекты моды. При этом нас интересует именно вербальная сторона дискурса моды. Не секрет, что распространение моды в виде вербального кода реализуется повсеместно: через телепередачи, сайты модных издательств в Интернете, киноиндустрию и т.д., а также через текст непосредственно – гляцевые журналы, художественную литературу и т.д. Так, именно описание продукта, в частности, модной одежды становится ключевым