

положительных эмоций, таких как эйфория от получения денежного выигрыша или иной неожиданной выгоды – этот прием используется в 36% спам-посланий. Кроме того, отмечены незначительные в процентном отношении случаи апелляции к таким эмоциям, как сострадание, чувство вины, желание уйти от реальности, раздражение, стремление удовлетворить физиологические и духовные потребности.

*А.М. Коковина (Россия, Самара)
Научный руководитель А.А. Харьковская*

ВЕРБАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДЕТСКИХ ПЕРСОНАЖЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОВЕСТИ Р. ДАЛЯ «ЧАРЛИ И ШОКОЛАДНАЯ ФАБРИКА» И ЕЁ КИНОВЕРСИИ)

В статье рассматриваются синтаксические и лексические средства создания детских образов в произведении Р. Даля «Чарли и шоколадная фабрика» и одноименном кинофильме 2005-го года выпуска. Для данной статьи были выбраны два детских персонажа, изображенные автором: Чарли Бакет и Верука Солт. На базе выборки, включающей примеры прямой речи героев из книги и кинофильма, иллюстрирующие особенности детской коммуникации на лексическом и синтаксическом уровнях, автор систематизирует вербальные маркеры поведения героев произведения.

Ключевые слова: *детский персонаж, речевой портрет, маркеры коммуникативного поведения.*

Особенность творчества Роальда Даля заключается в том, что большая часть его произведений посвящена изображению мира детей, что привлекает внимание многих исследователей, включая лингвистов, которые полагают, что особенности детского общения вполне обоснованно требуют детального изучения [3], [4]. В сказочной повести «Чарли и шоколадная фабрика» можно обнаружить авторские окказионализмы при описании фабричной обстановки: The Television-Chocolate Room (название одного из цехов), Оотра-Лоотра (название работников фабрики, которые отличаются своеобразным внешним видом, вкусовыми предпочтениями и нетрадиционным поведением и т.п.). Повесть «Чарли и шоколадная фабрика» имеет две одноимённые экранизации. Для настоящего проекта используется материал экранизации 2005 г. (режиссер – Тим Бёртон).

В основе сюжетной линии повести содержится история жизни маленького мальчика по имени Чарли Бакет, который живет в очень бедной семье. Мальчик очень любит шоколад, но получает всего одну плитку в год, на день рождения. На окраине города, где проживает мальчик, есть огромная шоколадная фабрика, которой владеет эксцентричный Вилли Вонка.

В результате специальной акции, проведенной по инициативе Вилли Вонка, Чарли получает золотой билет и становится помощником и наследником хозяина фабрики.

Объектом исследования в настоящей работе являются вербальные средства создания образов детей в повести Р. Даля и её экранизации. Исходной посылкой в работе служит утверждение Н.С. Валгиной о том, что «художественный текст строится по законам ассоциативно-образного мышления». [1, с. 70]

Текст строится на образах, из чего следует, что понятие «художественный образ» тесно взаимодействует с понятием «художественный текст». Художественный образ отличается тем, что он представляет собой способ конкретно-чувственного воспроизведения действительности с позиций определенного эстетического идеала [1, с. 73]. В произведении Роальда Даля пять главных героев – дети, что очень сближает читателей с ними, поскольку главная целевая аудитория этой книги – дети. Речевой портрет трактуется «как воплощенная в речи языковая личность определенной социальной общности» [2, с. 10]. Для описания достоверного речевого портрета используются лексические единицы, синтаксические конструкции, которые требуют научного осмысления. .

Для анализа были выбраны два детских персонажа из повести «Чарли и шоколадная фабрика»: Верука Солт и Чарли Бакет.

Мы обратились к изучению средств создания образа на лексическом и синтаксическом уровнях, что позволяет дать комплексное описание речевой характеристики вышеупомянутых образов.

Исследование речи персонажа на лексическом уровне помогает нам узнать о том, образован ли персонаж, к какому социальному кругу он относится, какие отношения складываются между собеседниками в процессе общения.

Верука Солт – очень избалованная девочка, которая считает, что родители ей достанут все, что она пожелает. В речи девочки встречается в основном нейтральная лексика. Любимая фраза Веруки – «I want», она часто встречается в тексте. Приметная деталь заключается в том, что в книге в репликах девочки ни разу не встретились слова благодарности.

'Daddy!' shouted Veruca Salt (the girl who got everything she wanted). 'Daddy! I want an Oompa-Loompa! I want you to get me an Oompa-Loompa! I want an Oompa-Loompa right away! I want to take it home with me! Go on, Daddy! Get me an Oompa-Loompa!' [5, p. 86].

Чарли Бакет – очень добрый мальчик, который ценит все, что имеет, заботится о своих родных. Это ярко подтверждается в его речевом поведении, где также активно используются нейтральные лексические единицы. Мальчик переживает за других детей, которые стали жертвами своих пороков: *'But Mr Wonka,' said Charlie Bucket anxiously, 'will Violet Beauregarde ever be all right again or will she always be a blueberry?'* [5, p. 120].

Анализируя характеристику персонажа, мы обратили внимание на синтаксические особенности текста: изменение порядка слов, фигур речи, структуры предложений. Так, в речи Веруки Солт часто встречаются повелительные предложения, которые оформляются восклицанием. Более того, в предложениях с фразой «I want» ярко выражен синтаксический параллелизм: *'Daddy,' said Veruca Salt, 'I want a boat like this! I want you to buy me a big pink boiled-sweet boat exactly like Mr Wonka's! And I want lots of Oompa-Loompas to row me about, and I want a chocolate river and I want ... I want ...'* [5, p. 97].

Чарли Бакет говорил довольно спокойно, он восхищался искреннее остальных всем, что происходило на фабрике, так как мало что видел в жизни. В речи мальчика встречаются восклицательные предложения, однако они не повелительного характера, а выражают его восхищение: *'How lovely and warm!'* *whispered Charlie* [5, p. 74].

Речь Веруки Солт в фильме не сильно отличается от ее поведения в книге. Когда отец достал дочке золотой билет, девочка с серьезным выражением лица добавляет: *«Daddy, I want another pony»* [6].

Когда Верука вместе со своим папой побывали в мусоре, после чего уходят домой с фабрики в грязной одежде и с мусором на голове, девочка говорит следующее: *Veruca: 'Daddy, I want flying glass elevator!'* [6]. Верука настаивает на абсурдном желании повторить опыт Чарли.

В фильме также Верука Солт часто использует предложения в повелительном тоне. Девочка постоянно требует от папы все, что она захочет.

Когда Чарли Бакет вернулся с последним Золотым билетом домой, он сначала отказывается идти на фабрику и хочет продать билет, потому что за него предлагали большие деньги по меркам его семьи: *'No, we're not going. A woman offered me 500\$ for the ticket. I bet someone else would pay more. We need the money more than we need the chocolate'* [6].

В фильме очень ярко отражено отношение Чарли к семье, его любовь к семье. Это подтверждается в диалоге с Вилли Вонка, когда у кондитера перестали получаться сладости, и он пришел к Чарли за советом.

Wonka: I feel so hard. What makes you better when you feel terrible?

Charlie: My family.

Wonka: Oh...

Charlie: What do you have against my family?

Wonka: It's not just your family. It's the whole idea of pa... You know, they're always telling you what to do, what not to do, and it's not conducive to creative atmosphere.

Charlie: Usually they just trying to protect you because they love you [6].

Итак, речевые характеристики персонажей текста – это характеристики образов, которые были созданы автором, они могут служить ключами к разгадке смысла произведения. В детской литературе смысл может адекватно передаваться самым витиеватым образом, что и подтверждается результатами наших наблюдений и систематизацией вербальных маркеров речевого поведения главных детских персонажей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Валгина Н.С. Теория текста. – М.: Логос, 2003. – 208 с.
2. Голикова Т.А. Речевой портрет как основная составляющая имиджа лидера в политическом дискурсе // Вестник Российского нового университета. – 2018. – №1. – С. 9-16.
3. Кокошникова Н.А. Художественные средства визуализации словесного образа в произведении Роальда Даля «Чарли и шоколадная фабрика» // Мир науки, культуры, образования. – 2015. – №1 (50). – С. 279-282.
4. Politically Correct Oompa–Loompa Evolution [электронный ресурс]: RoaldDahlFans.com. URL: <https://www.roalddahlfans.com/dahls-work/books/charlie-and-the-chocolate-factory/politically-correct-oompa-loompa-evolution/> (дата обращения: 10.04.2020).
5. Roald Dahl. Charlie and The Chocolate Factory. Penguin Books Ltd, 80 Strand, London WC2R 0RL, England. Reissued with 50th anniversary golden cover 2014.
6. «Чарли и шоколадная фабрика» («Charlie and the Chocolate Factory», реж. Тим Бёртон, 2005).

*Е.В. Коротких (Россия, Самара)
Научный руководитель А.А. Харьковская*

КУЛЬТУРНЫЕ СОБЫТИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ МАСС-МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЕ (КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)

В настоящей работе были изучены англоязычные рекламные тексты, посвященные культурным событиям современной театральной жизни в различных форматах её деятельности, размещенные в британских масс-медийных изданиях. Цель исследования – рассмотреть когнитивно-прагматические аспекты англоязычной масс-медийной рекламы культурных событий для реализации рекламного потенциала в практической деятельности, ориентированной на повышение эффективности рекламных объявлений в сфере культуры.

Ключевые слова: *рекламный текст, масс-медийная реклама, культурные события, когнитивные аспекты, прагматические аспекты.*

Рекламный текст – акт письменного речевого общения, коммуникативное сообщение, социально-детерминированное, имеющее прагматическую установку передать адекватную информацию о предмете рекламы наибольшему количеству людей с агитационной целью побуждения их к активному действию – приобретению предмета рекламы [1, с. 53].

Для рекламы характерно социально ориентированное общение. Потенциальный покупатель, его социальный статус, психологические осо-