

*Ахмет Байтұрсынов атындағы Қостанай  
мемлекеттік университеті*  
*Костанайский государственный университет  
имени Ахмета Байтурсынова*

**Халықаралық ғылыми-практикалық студенттердің,  
магистранттардың және жас ғылымдардың  
конференция материалдары**

# **«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИНГВОДИДАКТИКИ»**

**Материалы международной научно-практической  
конференции студентов, магистрантов и  
молодых исследователей**



*Қостанай 2016*

34.	Сапабек Ә.Ж. ҚМУ. «GONE WITH THE WIND» ЖӘНЕ «ҰЛПАН» РОМАНДАРЫНДАҒЫ ӘЙЕЛ ОБРАЗЫНЫҢ МӘДЕНИЕТТЕГІ ОРНЫ.....	95
35.	Сарсенбаева А. КГУ НРАВСТВЕННО-ЭТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ПОВЕСТИ СЭЛИНДЖЕРА «НАД ПРОПАСТЬЮ ВО РЖИ».....	98
36.	Стрелко В.В. ЧелГУ. МЕДИЙНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЖАНРА ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ КИНОРЕЦЕПЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ.....	99
37.	Сұлтанғали А. ҚМУ. КЛАЙД ГРИФИТС – АМЕРИКА ҚОҒАМЫНЫҢ ҚҰРБАНЫ.....	102
38.	Тихоненко М.В. ЧелГУ. ВЕРБАЛЬНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ОТНОШЕНИЙ «СЭМПАЙ-КОХАЙ» В ЯПОНСКОМ ЯЗЫКЕ.....	104
39.	Токмурзина А.С, КГПИ. КОНЦЕПТ «РОДИНА» В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА Г.БЕЛЬГЕРА: НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА «ДОМ СКИТАЛЬЦА».....	107
40.	Урдобаева М.Е., КГУ. ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА.....	109
41.	Хачатрян С. КГУ. СЕМАНТИКА КРАСНОГО, БЕЛОГО И ЧЁРНОГО ЦВЕТОВ В РАЗЛИЧНЫХ КУЛЬТУРАХ.....	113
42.	Хачатрян С. КГУ. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЦВЕТОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ В ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ.....	116
43.	Шандецкая Ю.Н., КГУ. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЧУВСТВА УСТАЛОСТИ В МОЛОДЁЖНОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ВИДЕОБЛОГОВ).....	119
44.	Шерниязова Д.М. КФ ЧелГУ. ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМЫ.....	122
45.	Шушарина В.А. ЧелГУ. РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ).....	125

➤ **Секция 2. Преподавание языков в условиях диалога культур**

1.	Дорожкина К. КГУ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДИКИ ПОГРУЖЕНИЯ В ЯЗЫКОВУЮ СРЕДУ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА.....	128
2.	Залиева Д.К. КГУ. БАРЬЕРЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	130
3.	Кусниязова А. КГУ. РОЛЬ ЭТНОСТЕРЕОТИПОВ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	131

Проблема усталости в современном обществе становится всё более актуальной в связи с невероятным техническим прогрессом, возрастающей ролью информации и доступа к ней, а также убыстрения темпа жизни.

Усталость — комплекс субъективных переживаний, сопутствующих развитию состояния утомления. Характеризуется чувствами слабости, вялости, бессилия, ощущениями физиологического дискомфорта, осознанием нарушений в протекании психических процессов, потерей интереса к работе, преобладанием мотивации на прекращение деятельности, негативными эмоциональными реакциями [1].

В нашем исследовании, направленном на изучение молодёжного дискурса, мы анализировали 240 видеоблогов 12 молодых людей из Англии и США. Результаты исследования показали, что тема усталости в американском сегменте затрагивается в 38 видео сюжетах из 120, что составляет примерно 1/3 от всех влогов, при этом, у отдельных блогеров тема усталости возникает практически в каждом втором видео.

У английских молодых людей эта тема поднимается немного чаще, в 43 видео из 120, что составляет 36%.

В языковом плане тема усталости выражается через определённые единицы и это, прежде всего, прилагательное *tired*:

*I am tired/ I feel tired/ I got tired*

Часто прилагательное *tired* усиливается наречиями *so, really, super, very, pretty, too* и т.д.

В рассмотренных нами американских видеоблогах прилагательное *tired* употребляется 49 раз (только применительно к состоянию говорящего), из них всего 13 раз без слов-усилителей (*very, so, и т.д.*). В английских же влогах *tired* встречается 56 раз, 16 раз без слов-усилителей.

В речи как английских, так и американских молодых людей, мы можем встретить разные варианты выражения чувства усталости при помощи прилагательного *tired* и слов-усилителей (которые часто повторяются несколько раз и, таким образом, создают дополнительный эмоциональный фон высказыванию).

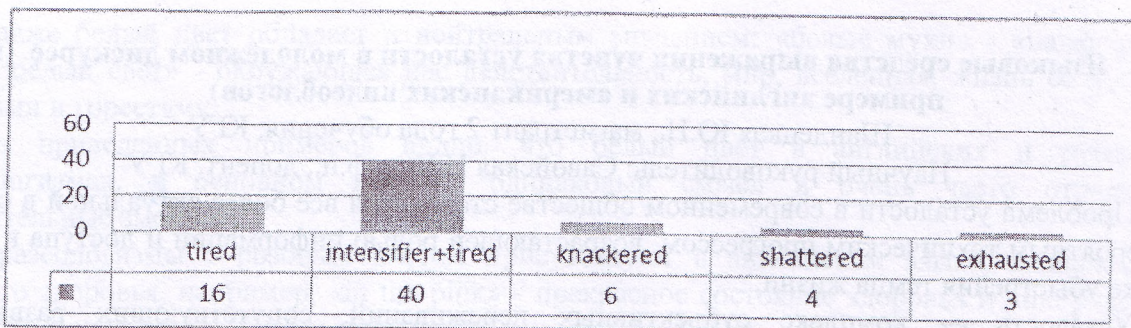
Приведём примеры такого употребления в порядке нарастания интенсивности:

- ≈ *I am so tired*
- ≈ *I am super tired*
- ≈ *I am ridiculously tired*
- ≈ *I am really really tired*
- ≈ *I am so super tired, so super tired*

Описать состояние усталости молодые люди могут также, используя неформальную лексику и синонимы к прилагательному *tired*. Для английских молодых людей такими словами являются *knackered, shattered* и *exhausted*. Сравнительные показатели использования прилагательных, выражающих чувство усталости, представлены на Диаграмме 1.

Диаграмма 1

Количественное использование прилагательных для выражения чувства усталости в английском молодёжном дискурсе



Мы видим, что вторым по частоте использования является прилагательное *knackered*. Oxford Learner's Dictionary даёт следующую информацию относительно употребления слова *knackered* – adjective, (British English, slang) [not usually before noun] extremely tired [2].

Прилагательное *knackered* также может усиливаться при помощи наречий или повтора самого слова:

- ≈ I am very *knackered*
- ≈ Now I am absolutely *knackered*
- ≈ I am *knackered*, I am *knackered*

Прилагательное *shattered* – ещё один способ выразить чувство усталости.

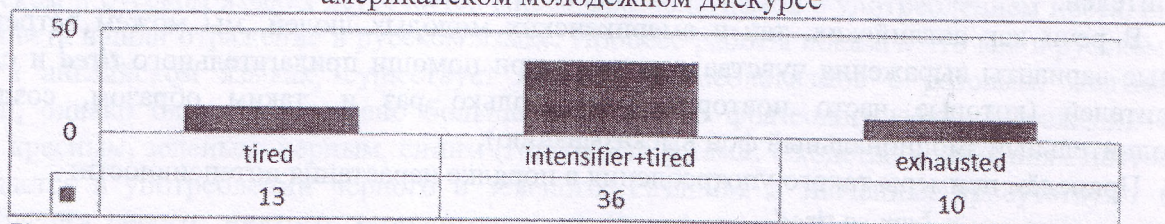
Oxford Learner's Dictionary даёт следующее определение слову *shattered* – adjective, (British English, informal) very tired [3].

- ≈ A drive back took a very long time we are absolutely *shattered*
- ≈ Good morning, guys, today is the 17th of November and I am *shattered*, I am so tired ...

Что касается американских молодых людей, то в их речи мы не найдём такого разнообразия синонимов к слову *tired*. Единственной альтернативой *tired* здесь служит сильное прилагательное (неградуируемой формы) *exhausted*.

Диаграмма 2

Количественное использование прилагательных для выражения чувства усталости в американском молодёжном дискурсе



Для описания состояния, сопутствующего усталости, американские молодые люди могут использоваться такие неформальные, сленговые выражения как *pass out*, *crash*, *can't stand by*

- ≈ Once we got back to the hotel I *passed out* for like two hours I was so tired
- ≈ I feel tired I am definitely *passing out* tonight

На сайте онлайн ресурса English Daily мы находим следующую информацию о *pass out* - to fall asleep from exhaustion or from drinking too much; to faint (slang) [4]

*Crash* определяется как go to sleep, especially suddenly or in an improvised setting (informal) [5]

- ≈ I am probably gonna *crash* in a couple of hours because I am so tired.
- ≈ I am going to be in a studio all day and then I will probably come home and just *crash*.

*Stand by* имеет значение to be ready for action [6]

- ≈ I can't stand by any longer I am so exhausted.

Усталость ассоциируется у молодых людей с такими явлениями как:

1. **смерть**
- ≈ I am just like dead, so tired

- ≈ *I am so tired my body is so physically dead*
2. **состояние непонимания того, что происходит**
- ≈ *I feel like I am sleepwalking today*
- ≈ *I am feeling literally like a walking zombie*
- ≈ *I am jet lagged and I don't know where or what I am*
- ≈ *I don't know what I am saying I am so tired*
3. **невозможность оторвать глаза**
- ≈ *My eyes are hardly open*
- ≈ *I am finding it hard to open my eyes I am so tired*

Причины, которые молодые люди упоминают в качестве возбудителей состояния усталости, можно объединить в несколько категорий.

1. **No sleep, lack of sleep**
- ≈ *I am tired because I didn't get sleep last night*
- ≈ *I am so tired today I had the worst sleep ever*
2. **Jet lag**
- ≈ *Jet lag kicked in and I am quite tired*
3. **Gym, physical activities**
- ≈ *I had my workout it was also pretty hard tonight I don't know I was not in the mood but I am so glad I did that as always I am tired*
- ≈ *Ok, guys I am straight back from the gym which was really good .....and I am tired*
- ≈ *My run earlier went really well good, good I am so tired after it.*
4. **Doing nothing**
- ≈ *.....I find that sometimes when you go on holiday or just have a couple days off and totally relax you end up just being exhausted by doing nothing*
5. **A combination of factors**
- ≈ *....I am very very exhausted I don't know if it is like the weather that is putting me in this mood or all the running around and stuff like that I think it is just a combination of it all*
- ≈ *Anyway I am so tired I got in from my trip last night and then I filmed a video, edited 2 videos and I packed a long time.....*

Примечательно, что состояние усталости не зависит от времени суток. Молодые люди жалуются на усталость утром, в течение дня и вечером.

- ≈ *This morning I woke up at around 9.30ish got ready very quick now we just started shooting that stuff and to my surprise I managed to edit yesterday's vlog ..... that has been my morning so far and guys I am so tired*
- ≈ *Good morning, guys! I am still asleep I am like so tired*
- ≈ *It is almost midnight I am so tired I want to go to bed*
- ≈ *I am so tired like it's lunch time right now .....*
- ≈ *.....quite looking forward to today actually, I am so tired though ..didn't get to sleep until 5 a.m. again also it is like 3 p.m. now in the day.....*

Крайняя степень усталости может выражаться несколькими способами:

- двойное употребление слов-усилителей

≈ *I am really really tired*

- использование двух синонимичных слов

≈ *I am so tired. I am so exhausted*

≈ *I am just knackered I am just too tired*

- гиперболизация (преувеличение)

≈ *I've never been this tired in my life*

≈ *I am so tired, it is like all of my tiredness just hit me at once*

Анализ устной речи американских и английских молодых людей показал, что языковые средства, при помощи которых они выражают чувство усталости и сопряжённые с ним состояния и явления, достаточно разнообразны и часто носят неформальный, разговорный оттенок.

Частотность упоминания об усталости, а также языковые способы передачи данного состояния указывают на актуальность и глубину проблемы в современном мире.

#### Список использованной литературы:

1. Общая психология. Словарь / Под. ред. А.В. Петровского // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л.А. Карпенко. Под общ. ред. А.В. Петровского. — М.: ПЕР СЭ, 2005. — 251 с.
2. <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/knackered>
3. <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/shattered>
4. <http://www.englishdaily626.com/slang.php?134>
5. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/crash>
6. <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/stand-by>

#### Особенности влияния креолизованного текста на материале рекламы

Шерниязова Д.М., 4 курс, КФ ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Научный руководитель: Жикеева А.Р., к.ф.н., доцент, КФ ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Статья содержит аспекты рассмотрения особенностей влияния креолизованного текста на англоязычную рекламу с помощью вербальных и невербальных знаков. Выделены типы рекламных сообщений в зависимости от характера связи между иконической и вербальной составляющих, а также формы репрезентации содержания сообщений.

Реклама играет в нашей жизни особую роль. Она определяет образ и стиль жизни общества, влияет на взгляды людей, отношение человека к себе и окружающему миру. Каждый из нас попадает под воздействие рекламы.

Текст рекламного сообщения обычно является семиотически осложненным феноменом, как креолизованным текстом, в котором изображение и слова взаимодействуют и формируют витиевато построенный смысл [1, с. 147].

Различные направления современной науки: психология, социология, психолингвистика, лингвистика, маркетинг изучают роль визуальных, аудиальных элементов в их соотношении и взаимозависимости с языковыми знаками в рекламной коммуникации, что объясняется междисциплинарным характером материала.

Прагматические задачи решаются рекламой словами и изображениями, функционирующими в едином графическом пространстве.

И действительно, наличие невербальных текстовых элементов, главным образом, изображения, посредством креолизованного текста делает элементы рекламы более действенными [2, с. 99].

Исследователи Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасова называют креолизованным текстом такой текст, фактура которого передана двумя частями – вербальной (слова) и невербальной (которая принадлежит к иной системе, нежели естественный язык) [3, с. 180].

Исследователи, принимающие в своих трудах термин – креолизованный текст как основной, говорят о том, что он является сложным визуальным, смысловым, структурным и функциональным целым, что способствует комплексному воздействию такого текста на адресата рекламы [4, с. 75.].

Таким образом, очевидно, что влияние креолизованного текста на рекламу – положительное.

Информационная и прагматическая «емкость» невербальных знаков в креолизованных текстах зачастую выше, чем вербальных.

Таким образом, информация креолизованного текста требует двойное декодирование при восприятии ее реципиентом. Извлечение концепта из изображения (невербальной части),