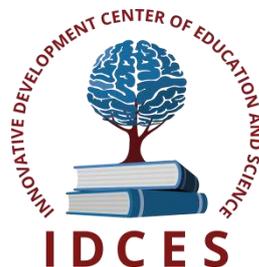


ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**О вопросах и проблемах современных
гуманитарных наук**

Выпуск IV

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 июля 2017 г.)**

г. Челябинск

2017 г.

О вопросах и проблемах современных гуманитарных наук. / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 4. г. Челябинск 2017. 27 с.

Редакционная коллегия:

кандидат филологических наук, доцент Бойко Евдокия Семёновна (г. Красноярск), кандидат искусствоведения Бражникова Юлия Александровна (г. Усть-Каменогорск), кандидат филологических наук, доцент Бутусова Анжелика Сергеевна (г. Ростов-на-Дону), доктор философии, доцент Волосков Игорь Владимирович (г. Сергиев Посад), кандидат филологических наук Дмитриева Елизавета Игоревна (г. Москва), кандидат педагогических наук, докторант Коршунова Вера Владимировна (г. Красноярск), кандидат культурологии, доцент Николаева Елена Валентиновна (г. Москва), доктор искусствоведения, доцент Хватова Светлана Ивановна (г. Майкоп), кандидат филологических наук Чечелева Вера Николаевна (г. Москва)

В сборнике научных трудов по итогам IV Международной научно-практической конференции «**О вопросах и проблемах современных гуманитарных наук**», г. **Челябинск** представлены научные статьи, тезисы, сообщения аспирантов, соискателей ученых степеней, научных сотрудников, докторантов, преподавателей ВУЗов, студентов, практикующих специалистов в области филологии, искусствоведения и культурологии, общественных деятелей и лиц, проявляющих интерес к рассматриваемым вопросам, Российской Федерации, а также коллег из стран ближнего и дальнего зарубежья.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, не подлежащих открытой публикации. Мнение редакционной коллегии может не совпадать с мнением авторов. Материалы размещены в сборнике в авторской правке.

Сборник включен в национальную информационно-аналитическую систему "Российский индекс научного цитирования" (РИНЦ).

Оглавление

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.00)	6
СЕКЦИЯ №1. ТЕАТРАЛЬНОЕ ИСКУССТВО (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.01)	6
СЕКЦИЯ №2. МУЗЫКАЛЬНОЕ ИСКУССТВО (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.02)	6
СЕКЦИЯ №3. КИНО-, ТЕЛЕ- И ДРУГИЕ ЭКРАННЫЕ ИСКУССТВА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.03)	6
СЕКЦИЯ №4. ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ И ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО И АРХИТЕКТУРА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.04)	6
ВНЕДРЕНИЕ НОВШЕСТВА В СОЗДАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАКАТА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ Кабидулина Г.М.	6
СЕКЦИЯ №5. ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.05)	7
СЕКЦИЯ №6. ТЕХНИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА И ДИЗАЙН (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.06)	8
СЕКЦИЯ №7. ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ ИСКУССТВА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.09)	8
КУЛЬТУРОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 24.00.00)	8
СЕКЦИЯ №8. ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 24.00.01)	8
СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА НА СЕВЕРНОМ КАВКАЗЕ (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНА КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ) Колесниченко О.Ю., Табаченков В.В.	8
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЛИГИОЗНО-ИДЕАЛИСТИЧЕСКОЙ ФИЛОСОФИИ Хилтухина Е.Г.	11
СЕКЦИЯ №9. МУЗЕЕВЕДЕНИЕ, КОНСЕРВАЦИЯ И РЕСТАВРАЦИЯ ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНЫХ ОБЪЕКТОВ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 24.00.03)	14
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.00.00)	14
ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.00)	14
СЕКЦИЯ №10. РУССКАЯ ЛИТЕРАТУРА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.01)	14
СЕКЦИЯ №11. ЛИТЕРАТУРА НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ИЛИ ГРУППЫ ЛИТЕРАТУР) (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.02)	14

СЕКЦИЯ №12. ЛИТЕРАТУРА НАРОДОВ СТРАН ЗАРУБЕЖЬЯ (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ) (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.03).....	14
СЕКЦИЯ №13. ТЕОРИЯ ЛИТЕРАТУРЫ. ТЕКСТОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.08).....	14
СЕКЦИЯ №14. ФОЛЬКЛОРИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.09).....	14
СЕКЦИЯ №15. ЖУРНАЛИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.10).....	14
ЯЗЫКОЗНАНИЕ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.00).....	14
СЕКЦИЯ №16. РУССКИЙ ЯЗЫК (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.01).....	14
НАЦИОНАЛЬНАЯ САМОБЫТНОСТЬ В ЗЕРКАЛЕ ЯЗЫКОВЫХ СТЕРЕОТИПОВ (О РОЛИ КУЛЬТУРОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАНЦАМИ ЧУЖОГО ЯЗЫКА) Данилевская Н.В.	14
СЕКЦИЯ №17. ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ЯЗЫКОВОЙ СЕМЬИ) (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.02).....	19
СЕКЦИЯ №18. СЛАВЯНСКИЕ ЯЗЫКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.03).....	19
СЕКЦИЯ №19. ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.04).....	19
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАНАДСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ В РОМАНАХ ЛУИЗЫ ПЕННИ Емельянова О.В., Шипатова Е.А.	19
СЕКЦИЯ №20. РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.05).....	24
СЕКЦИЯ №21. КЛАССИЧЕСКАЯ ФИЛОЛОГИЯ, ВИЗАНТИЙСКАЯ И НОВОГРЕЧЕСКАЯ ФИЛОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.14).....	24
СЕКЦИЯ №22. ТЕОРИЯ ЯЗЫКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.19).....	24
СЕКЦИЯ №23. СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.20).....	24
СЕКЦИЯ №24. ПРИКЛАДНАЯ И МАТЕМАТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.21).....	24

СЕКЦИЯ №25. ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН ЕВРОПЫ, АЗИИ, АФРИКИ, АБОРИГЕНОВ АМЕРИКИ И АВСТРАЛИИ (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ЯЗЫКОВОЙ СЕМЬИ) (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.22).....	24
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2017 ГОД.....	25

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.00)

СЕКЦИЯ №1.

ТЕАТРАЛЬНОЕ ИСКУССТВО (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.01)

СЕКЦИЯ №2.

МУЗЫКАЛЬНОЕ ИСКУССТВО (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.02)

СЕКЦИЯ №3.

КИНО-, ТЕЛЕ- И ДРУГИЕ ЭКРАННЫЕ ИСКУССТВА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.03)

СЕКЦИЯ №4.

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ И ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО И АРХИТЕКТУРА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.04)

ВНЕДРЕНИЕ НОВШЕСТВА В СОЗДАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАКАТА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Кабидулина Г.М.

Магистрант специальности «Дизайн»

Научный руководитель: **Самылтыров М.А.** Член Союза дизайнеров РК, доцент

Казахско-Русский Международный университет

Социальный плакат – это особый жанр. Его специфика состоит в том, что он обращается не к некой обобщенной аудитории, а к чувствам и эмоциям конкретного человека. Современный плакат несет комплекс ценностей – это отражение нового технического прогресса, новых образов, построение визуально-композиционного строя, развитие профессиональных школ, влияние государственной власти на повышение экономики, а также развития культурной жизни страны. Вопросам развития социального плаката как в зарубежной, так и в отечественной литературе уделено недостаточно внимания. Плакатное искусство развивается комплексно совместно с меняющейся государственной инфраструктурой и преобразованием художественной и культурной жизни страны.

Актуальность социального плаката заключается в том, что он раскрывает проблематику и указывает на нравственные ценности общества. Жанр социального плаката многообразен. Здесь раскрываются такие темы, как социальная защита, охрана окружающей среды, развитие культуры и искусства, призыв к здоровому образу жизни, рациональное использование природных ресурсов и т. п. Предметом современного социального плаката является идея, обладающая социальной ценностью. Такой плакат формирует определенное отношение к миру. Скучный и шаблонный плакат никогда не выполнит своей функции. Именно потому в современном социальном плакате важно найти яркую образную идею, которая была бы оригинальной и в то же время легкой для восприятия.

В современных условиях возрастает необходимость углубленного научного изучения социального плаката как средства художественного воздействия на общественные интересы, доказавшего свою эффективность в XX в. Современный социальный плакат разнообразен как творчески, так и технически. Используется более широкий спектр носителей: это билборды и бигборды, так называемые «рекламные щиты», рекламные установки различных размеров, которые существуют в среде города. Так же имеется множество различных баннеров на защиту природу, которые установлены на остановочных комплексах нашего города. В наше время по большей части над созданием плакатов работают художники-графики, и свобода творческой мысли только приветствуется. Знаменитые современные графики постоянно работают над созданием социальных плакатов. Открытие выставок и конкурсов придает новое дыхание развитию и реализации художественной мысли. Синтезируя новые возможности графики, используя фотографию,

типографику, новейшие технологии, художники создают интерактивные плакаты. Формируется пространственная среда, в которой скрыто большинство поверхностной информации. Благодаря современным технологиям, компьютеру или даже мобильному телефону ее можно увидеть.

Одной из тенденций развития современного плаката является технология дополненной реальности. Плакаты с технологией дополненной реальности используют в афишах кино. Зритель поднимает телефон к плакату и с помощью специальной программы может видеть рекламный клип этого фильма в телефоне: плакат «оживает», и объекты в нем начинают двигаться. Используют эту технологию и в рекламе продуктов: на упаковках ставят не только QR-код, но и плакат с возможностью использования технологии дополненной реальности. Усиливая эмоциональное восприятие, плакат переходит в динамическое средство воспроизведения образа: анимацию, видео, в основе которых заложен единый с плакатом изобразительный принцип.

Известная за рубежом сеть торговых центров Walmart в рождественские праздники 2012-2013 сделала интересную баннер-витрину. Этот реально-виртуальный шоппинг очень понравился людям. По сути, это был обычный баннер с изображением большого количества игрушек. Каждый товар на баннере был дополнен QR - кодом. Когда заинтересованный человек сканировал код, он оказывался на странице продукции сайта Walmart, где он мог моментально получить всю информацию об игрушке, и мог сразу же ее купить.

Вообще, виртуальная витрина такого рода - это не новинка. Их активно делают в Японии, Штатах, Швеции, Канаде, Австралии, Великобритании и многих других городах. Для магазина - это отличный дополнительный способ продаж. Вы размещаете не просто рекламный баннер, а делаете баннер-витрину. Поместить такую штуку можно где угодно, но те, кто используют такую технологию используют свободные места в торговых центрах, плюс, конечно же, договариваются о бесплатном wi-fi. Работает это, приблизительно так: человек подходит к такой штуке, сканирует нужные себе товары, так сказать закупается. Не нужно никаких корзинок, складов - все на картинке. Он заказывает товар, указывает свой адрес и спокойно ждет доставку. Для магазина это выгодно, так как им не требуется держать массу продавцов, контролировать товар, платить за аренду безумных площадей и так далее.

Интригующий рекламный баннер с QR - кодом. Отличный вариант интриги использовали рекламщики Victoria's Secret. Суть в том, что QR - кодом закрывали одну из частей тела девушки на рекламном баннере, а рядом оказывался текст "Узнай секрет Лили" или "Узнай секрет Кэндис". Сканируя QR - код человек попадал на сайт компании, где ему показывали оставшуюся часть картинки, на которой, естественно, было изображено женское белье Victoria's Secret и давалась возможность его купить в режиме онлайн.

Это лишь пара примеров того, как можно творчески использовать QR - код в рекламе. Существует еще и более информационная функция, например, для музеев и галерей - это способ дать посетителю справку о том или ином экспонате или картине. На упаковках с продукцией такие коды легко позволяют человеку узнать больше о товаре, в городской сфере QR - код может работать как бесплатный гид. Нанеси QR - код на футболку и будь ходячей рекламой своей собственной странице в сети (например, текст "Добавь меня в друзья" и штрих-код на спине кофты). И масса других творческих вариантов.

Новые формы развития плаката обусловлены развитием современной коммуникации: сейчас плакат может взаимодействовать с видео и медиа-объектами, интерактивными акциями. Трансформируясь через медианосители, плакат меняется, становясь новым по форме, интерактивным. В образовательной сфере отчетливо ощущается дефицит научно-теоретических и дидактических разработок по социальному плакату, что опосредованно сказывается негативным образом на уровне выполнения массового социального плаката. Потребность современного общества в эффективном, ярком и убедительном социальном плакате велика как никогда, и роль дизайн-проектирования в повышении его эстетического качества является решающей. Визуально-графическая выразительность, воплощенная в художественном образе социального плаката, имеет большое значение для восприятия смысла, она является носителем художественной и эстетической ценности плаката. Проблемы, поднятые в плакатах, со временем не иссякнут, приобретая все более крупные и серьезные масштабы. Искусство развития социального плаката всегда будет востребовано в обществе, потому что включает в себя глобальные проблемы, которые стоят перед культурно развивающимся обществом. В плакате есть характерные качества формирования целостности передачи проблематики.

СЕКЦИЯ №5.

ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.05)

**СЕКЦИЯ №6.
ТЕХНИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА И ДИЗАЙН
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 17.00.06)**

**СЕКЦИЯ №7.
ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ ИСКУССТВА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.09)**

КУЛЬТУРОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 24.00.00)

**СЕКЦИЯ №8.
ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 24.00.01)**

**СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА НА СЕВЕРНОМ КАВКАЗЕ
(НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНА КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ)**

Колесниченко О.Ю., Табаченков В.В.

Пятигорский государственный университет, г. Пятигорск

Значение туризма состоит в использовании его возможностей для полноценного развития личности, творческого потенциала и расширения кругозора. Одна из основных задач, которую ставит перед собой туризм - познание истории, культуры и других жизненных устоев народа.

Кавказские Минеральные Воды являются уникальным курортным регионом. Лечебный потенциал городов-курортов (использование радоновых и минеральных вод, лечебной грязи) складывался и развивался в течение нескольких столетий. И сегодня сформирована крупная санаторно-курортная база - 118 здравниц, 14 водолечебниц, 4 грязелечебницы, 4 курортные поликлиники, 22 питьевых бювета и 5 галерей питьевой воды¹.

Потенциал ресурсов курорта Кавказские Минеральные Воды очень высок и разнообразен, так как особенности рельефа и климата служат ценными факторами производства рекреационных услуг – такие как минеральная вода, лечебные грязи, а также туристско-рекреационные ресурсы региона дополняют друг друга и составляют социокультурный потенциал сферы туризма, который позволяет удовлетворять потребности практически любого туриста в лечебном, оздоровительном, экологическом, спортивном, культурном и рекреационном туризме.

Культурно - познавательный туризм на КМВ развивается благодаря наличию историко-культурного наследия на курорте, сформированного в результате благодатных природных условий и удобного географического положения, которые издавна привлекали сюда людей из разных районов России, и они, в свою очередь, оставляли свой след в истории данного региона.

Так как Кавказские Минеральные Воды имеют богатейший историко-культурный потенциал, поэтому мы непосредственно говорим о культурном туризме, о том, что может предложить регион туристу в качестве познавательного объекта. К примеру, Пятигорск признан историческим городом, так как в нём сохранились прекрасные архитектурные ансамбли, выполненные архитекторами Иосифом и Иоганном Бернардацци, И.И. Шарлеманом, С.И. Уптоном, В.А. Шретером, Ф.Ф. Воскресенским и Г.П. Кусковым; также здесь находится Лермонтовский музей-заповедник федерального значения, в котором поэт провел немало времени.

Кроме того, основой для развития культурно-познавательного туризма является богатое литературное и историческое наследие края. На территории края черпали творческое вдохновение гении отечественной литературы: А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, Л.Н. Толстой. А в городе Кисловодске долгие годы жил и творил известный художник-передвижник Николай Ярошенко, чьи живописные полотна почти за честь иметь Эрмитаж, Третьяковская галерея и многие другие известные музеи мира. В крае бережно хранятся материалы о памятных событиях и людях, творивших историю - М.В. Суворов, А.П. Ермолов,

¹Золотова Е.В. Интернет-вестник ВолгГАСУ. Серия: Политематическая. - 2012. - Вып.1(20), - [Электронный ресурс], - http://tourlib.net/statti_tourism/zolotova.htm

император Николай I, революционер Г.А. Лопатин, организаторы советской власти С.М. Киров, Г.К. Орджоникидзе и другие. О каждом из этих знаменательных имен нашей истории можно найти информацию в домах-музеях, памятных местах, выставочных галереях, библиотеках, музеях.

Помимо всего прочего в последние десятилетия, наблюдается развитие и паломнического туризма, так как на Ставрополье, в частности на Кавказских Минеральных Водах, много святых мест, привлекающих паломников с разных уголков Земли. Так, из Пятигорска можно совершить путешествие по святым местам, связанным с жизнью и деятельностью известного старца и чудотворца Феодосия Кавказского. Это уникальная возможность прикоснуться к прославленным святыням и принять участие в церковной службе. В ходе этого паломничества посещаются поселок Красный Узел, церковь Архистратига Михаила, часовня на сельском кладбище, где был похоронен иерусалимский батюшка.

В городе Минеральные Воды можно побывать в церкви Покрова Божией Матери, где находятся мощи преподобного Феодосия, здесь представится возможность увидеть вновь обретенную икону Тихвинской Божией Матери. Большим событием в жизни православных верующих Кавказских Минеральных Вод стало возрождение Второ-Афонского Свято-Успенского мужского монастыря на юго-западном склоне горы Бештау, который был основан 100 лет назад, разрушен в 30-х гг. XX в. и в 2001 г. вновь стал действующим. Настолько богат достопримечательностями и объектами культурно-исторического наследия регион, что является большой возможностью для развития качественного культурного туризма, предлагающий туристические услуги, которые будут способны конкурировать не только на российском рынке услуг в сфере туризма, но и на зарубежном.

Но в современное время регион воспринимается только как санаторно-лечебный и рекреационный курорт. Эти статические данные были получены в результате социологического опроса, проведенного Е.Н. Сущенко. Основными целями, которые преследуют отдыхающие, являются забота о своем здоровье (своих родных, близких) - 53,3%, развлечения - 33,3% и знакомство с туристическими маршрутами - 26,7%.²

Санаторно-курортное лечение продолжает оставаться важнейшей специализацией городов Кавказских Минеральных Вод. Следовательно, самыми важными мотивами, побуждающими туристов к совершению путешествия в регион Кавказских Минеральных Вод, являются: природно-климатические. Плюсом спроса будет являться то, что климатические ресурсы благодаря своей универсальности позволяют привлекать туристов круглогодично.

Следует понимать, что основными факторами городов-курортов Кавказских Минеральных Вод выступают богатая ресурсная база, рекреационная специализация. Тем не менее существует утверждение, что также факторов выступает хорошая транспортная доступность, хотя это спорный фактор, так как многие курортные места и достопримечательности находятся не в шаговой доступности, и чтобы достигнуть их, придется преодолеть немалое расстояние.

В связи с вышеперечисленными факторами, показателями и статистикой сейчас определены основные стратегические направления развития городов-курортов региона КМВ:

- создание экономических, организационно-правовых и экологических условий для качественного туризма, а также благоприятного инвестиционного климата для привлечения в регион российского и зарубежного капитала;

- повышение конкурентоспособности города-курорта путем увеличения уровня комфортности проживания и разнообразия предоставляемых услуг;

- совершенствование региона как круглогодичной зоны отдыха;

- формирование эффективного регионального, общероссийского и межгосударственного рынка курортно-туристских услуг;

- обеспечение условий для развития социальной и производственной инфраструктуры курорта.³

Получается, что проблема, которая стоит перед развитием туристского комплекса, в частности и культурного туризма, городов-курортов Кавказских Минеральных Вод, заключается не только в экономических аспектах, но и в плане позитивного восприятия региона как курорта не только санаторно-лечебного типа. Значит, необходимо не только обеспечить регион развитой и качественной инфраструктурой, но и осведомленностью о данном курорте в СМИ, причем, настоятельно рекомендуется, задействовать не только российские связи с общественностью, но и зарубежные. Так как приток туристов

² Сущенко, Е.Н. Перспективы развития в регионе КавМинВод, - [Электронный ресурс], - https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=2052

³ Сущенко, Е.Н. Перспективы развития в регионе КавМинВод, - [Электронный ресурс], - https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=2052

из-за границы также позитивно скажется на уровне туристического кластера экономики региона. Следовательно, в политике развития региона должно уделяться внимание сектору туризма, как приоритетному, потому что для это существуют все данные и возможность, так как выше описывалась уникальность данного региона. Сочетание в себе рекреационного компонента, а также культурно-познавательного, открывает границы для комплексного культурного туризма, что не может не сказаться качественно не только на экономике региона, но и на восприятии его как развитого, готового принимать туристов круглогодично и предлагающего различные виды туризма, в том числе и комплексный.

Следует признать, что в настоящее время состояние туристского комплекса КМВ в крайне затруднительном положении. Это обусловлено с одной стороны экономическими трудностями, а с другой недостаточной информированностью о курорте. И поэтому для сохранения уникальных курортов региона Кавказские Минеральные Воды необходимо участие федеральных властей, задачей которого станет создание стимулирующей развитие российских курортов нормативно-правовой базы, а также непосредственное участие федерального бюджета в природоохранных мероприятиях курортных, культурно-исторических территорий. На региональном уровне необходимо создание максимально благоприятного инвестиционного климата для российских и зарубежных инвесторов, сохранение экологической привлекательности курортов, модернизация баз приема и расширение количества и качества курортных услуг на основе внедрения новых финансовых, организационных, оздоровительных технологий.

Важно понимать, что санаторно-курортный и туристический комплекс должны развиваться как единый кластер взаимосвязанных и взаимодействующих предприятий, опираясь на все составляющие кластера: санаторно-курортные объекты, учреждения здравоохранения, ВУЗы и НИИ, объекты туризма и развлечений, а также конкурентные преимущества, такие как, целебные источники, грязи, курортные технологии, комфортные климатические условия, удобное географическое расположение, транспортная инфраструктура. Для этого необходимо создание особой экономической зоны и благоприятного инвестиционного климата, обеспечение рационального недропользования и поддержание общекурортной инфраструктуры на уровне международных стандартов.

Поэтому для развития санаторно-курортного и туристского комплекса КМВ определены важные следующие моменты: реконструкция и модернизация объектов санаторно-курортного и гостиничного комплекса, организация и развитие новых типов курортов; усиление туристско-рекреационного направления курортов, связанного с отдыхом и развлечением; обеспечение продвижения санаторно-курортных и туристических услуг на внутреннем и мировом рынках (в том числе культурного туризма); повышение качества работы всей социально-бытовой и культурной сферы; расширение культурно-досуговой сферы, строительство новых объектов туристической инфраструктуры, расширение сети туристических маршрутов⁴.

Территориальный комплекс Кавказских Минеральных Вод обладает рядом благоприятных предпосылок и возможностей развития культурного туризма вследствие сочетания физико-географических факторов и уникальности культурно-исторических условий, а также достаточной развитости социальной инфраструктуры и гидроминеральной базы.

Для экономики туристского сегмента Кавказских Минеральных Вод культурный туризм может стать одной из приоритетных отраслей, так как инвесторы позитивно оценивают улучшение инвестиционного климата, но в регионе недостаточно привлекательных объектов для инвестирования, недостаточная информированность об инвестиционных возможностях региона. Необходимо развитие и совершенствование областного законодательства, предусматривающего различные инструменты государственной поддержки проектов регионального развития, кроме того для региона перспективно объединение государственных и частных инвестиций.

Таким образом, у туристов уровень востребованности социокультурного потенциала региона Кавказские Минеральные Воды как курорта продолжает оставаться высоким. В связи с тем, что основной целью приезда на курорт отдыхающих является лечение, можно предположить, что санаторно-курортная специализация в регионе остается по-прежнему ведущей. Естественно, с учетом потребностей туристов, которые рассматривают посещение региона как курорта лечебно-санаторного типа, предприятия развлечений и культурных услуг развиты недостаточно, и качество их услуг не достигло еще европейских стандартов. Поэтому политика региона в сфере культурного туризма должна быть нацелена на составление

⁴ Запорожцева В., «Организация санаторно-курортной зоны в районе Кавказских Минеральных Вод», Саратов – 2012. – С. 4-9.

комплексных взаимоувязанных программ по разрешению вопросов экономического, организационного и правового характера управления и регулирования услуг в туристской сфере.

Список литературы

1. Запорожцева В., «Организация санаторно-курортной зоны в районе Кавказских Минеральных Вод», Саратов – 2012. – С. 4-9.
2. Золотова Е.В. Интернет-вестник ВолгГАСУ. Серия: Политематическая. - 2012. - Вып.1(20), - [Электронный ресурс], - http://tourlib.net/statti_tourism/zolotova.htm
3. Зорин И.В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник / И.В. Зорин - М.: Финансы и статистика, 2010. – 237 с.
4. Ильина Е.Н. Основы туристической деятельности / Е.Н. Ильина. - М., 2010. – 135 с.
5. Красная С.А. Культурный туризм как перспективное направление развития современного туризма // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2011. №4. – 270 с.
6. Стратегии развития КМВ: история и современность: Материалы научно-практической конференции. - Ростов н/Д. - Пятигорск: Изд-во СКАГС, 2009-474 с.
7. Сущенко, Е.Н. Перспективы развития в регионе КавМинВод, - [Электронный ресурс], - https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=2052
8. Цыганков А.С. Кавказские Минеральные Воды - проблемы и решения/ А.С. Цыганков. Монография. - Ставрополь, 2009-165 с.

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЛИГИОЗНО-ИДЕАЛИСТИЧЕСКОЙ ФИЛОСОФИИ

Хилтухина Е.Г.

Российский Государственный университет им. А.Н.Косыгина, г. Москва

В XXI веке проблемы культуры являются наиболее актуальными в силу строительства Нового государства - России, которому уже 27 лет и, которое, как и весь мир, переживает интеграционные процессы, связанные с глобализацией всего мирового сообщества. Тем более что глобализация удивительным образом связана с традиционностью мировой культуры в России. Взаимосвязь традиции и новации – характерная особенность современного мирового сообщества и, естественно, российского общества, которое испытывает определенные трудности в возрождении истинных идеалов многонационального государства. Для России специфичным и отличительным моментом является многообразие национально-этнических и религиозных особенностей, которые влияют на формирование нового понимания страны и её отношения к культуре. Россия в современный период предстает страной, где соединяются, казалось бы, несоединимые явления жизни, но которые формируют новый образ культуры капиталистической России.

Ведь *в основе российской культуры лежит её дуализм*, который характерен с самого возникновения Российского государства: в первые годы формирования Русского общества – это двойственность религиозного понимания картины мира, через язычество и, одновременно, христианство. Затем с мирным, казалось бы, расширением территорий – дихотомия – Восток-Запад. Как писал Петр Яковлевич Чаадаев, первый русский философ истории России, - «Россия одним крылом опирается на Германию, другим – на Китай» (8, т.2. с. 12). Двойственность российской культуры раскрывает её своеобразие и силу, которая помогает существовать в мировом пространстве более или менее гармонично. Кроме того, деление самой христианской церкви на Восточную и Западную, также деление на официальную церковь и старообрядческую. Все это вызвало определенные выяснение отношений и борьбу за преобладание одного над другим.

Начало осмысления культуры России лежит уже в религиозно-мифологическом понимании мира славян VI в., и с принятием христианства в X в. Но наибольший вклад вложила религиозно-идеалистическая философия, которая будучи теоретической основой культуры Серебряного века, исследовала сущность культуры как таковой. Особенностью религиозно-идеалистического понимания культуры является её непосредственная связь с Богочеловеческим процессом, в основе которого лежит культ Духа, религиозного Духа, по мнению философа-экзистенциалиста, Николая Александровича Бердяева. Ведь *культура «ядром*

своим и корнем имеет культ ... Культурные ценности – это производные кulta, как бы отстояющаяся шелуха кulta» (7, с. 22), так писал другой религиозный философ Павел Александрович Флоренский.

Культура – явление, рождающееся в процессе творчества, как деятельность человека, несущая нравственные основы совершенствования человека, наиболее ярко проявляющиеся в Российском государстве. Тем более, что отличительным признаком русской философско-культурологической мысли является *проблема человека*, как духовно-нравственного феномена. Религиозно-нравственное понимание человека в России приобретает характер закономерного естественноисторического процесса на протяжении всего исторического развития культуры. В результате потребностью российского мышления становится осознание себя, осмысление собственного “я” через преломление различных влияний и заимствований, где не последнюю роль играет русская идея. «Русская идея — идея соборного объединения человечества. Спасение не в опирающемся на насилие коммунистическом коллективизме и не в буржуазном индивидуализме, признающем лишь формальное право, а в высокой общности, построенной на диалектическом единстве общего и индивидуального. Только так возможна победа над смертью, возникновение «сверхчеловека», равного Богу» (3, с.25), который поможет достичь нравственные высоты. Ведь для советского и российского философа Арсения Владимировича Гулыги, понимание Бога как идеала и целевой причины может объединить верующих и неверующих при условии, если последние готовы принять христианство как моральную норму. Два других аспекта значения религии сегодня для А.В.Гулыги — аксиологический (сохранение святынь) и национально-цементирующий: объединенное человечество — это семья равноправных национальных организмов, а не скопление индивидов и коммерческих групп.

Человечество – это семья народов, которые имеют единое начало и исходят из одного корня. Развитие человечества есть необозримая связь между народами, языками, религиями и вообще культурами. Что касается религии, то ведущая роль должна принадлежать единой религии – христианству, так как оно несёт в себе *элементы всеединства*. Стремление к объединению разных народов с разным вероисповеданием в единую семью народов В.С.Соловьёв понимал, как содружество равноправных народов: «Христианская семья народов не есть еще непременно семья христианских народов. Эти два понятия могут и не совпадать в известную историческую эпоху, хотя их совпадение всегда желательно» (5. Т. 1, с. 30). Взгляд В.С.Соловьёва на процесс развития культур основан на его философии истории – он говорил, скорее, о культуре, как таковой, нежели о всемирной истории, так как *видел в истории культуру: культура и история у него, в сущности, неразделимы, тождественны и несут нравственную нагрузку*.

Культура *«разлита»* во всех без исключения сферах общества. Это важнейшее положение постоянно подчеркивали ученые при анализе культуры как общественного явления. *«Культура есть неотвратимый путь человека и человечества. Нельзя миновать его»*, – говорил Н.А. Бердяев (1, с. 260) . *«...Любая организованная группа неизбежно обладает культурой»*, – писал П.А. Сорокин. По его авторитетному мнению, *«ни социальная группа, ни индивид... не могут существовать... без культуры»* (6, с.220), из которых и состоит общество. Поэтому необходимо исследовать культуру как возделывание души. Классическое определение римского философа-просветителя Цицерона очень близко соприкасается с духовно-нравственными основами религиозных философов, которые видят в российском менталитете гармоничное соединение восточных и западных корней. Творческо-религиозное понимание мира дает возможность человеку совершенствовать свою душу во благо человечества, поскольку человечество раскрывает основы бытия, исходя из глубинных основ русской культуры. А синтез Востока и Запада в российской культуре в результате их согласованного взаимодействия, способствует становлению новой культуры. Так, по – мнению, Владимира Сергеевича Соловьёва, мировая культура может получить новое развитие именно в России, поскольку в этой стране духовность приобретает творческое начало и раскрывается в полной мере, благодаря *взаимодополнительности противоположных сторон*.

Русская культура неразрывно связана с судьбой народа и исполнена веры в светлое будущее. Идеи об освобождении народа, возникшие в XIX в. явились отражением социальных процессов, происходивших в России. Поэтому и русская классическая культура отличается патриотизмом, гуманизмом, демократизмом, в её основе лежит и нравственный идеал. По словам А.В. Гулыги, в России этого времени возник своеобразный философско-религиозный и культурный Ренессанс, вышедший за рамки страны и всколыхнувший духовную жизнь Европы, “определивший поворот западной мысли в сторону человека”, ибо “корни таких философских направлений, как феноменология, экзистенциализм, персонализм в России” (2, с. 5).

Историю культуры и взаимодействие культур религиозные философы понимали, как духовное развитие, охватывающее и религиозную, и нравственную, и художественную жизнь человечества. Вместе с

тем, В.С.Соловьёв считал, что и на Востоке, и на Западе представлены разнообразные типы культуры и религиозного сознания; особенно это касается Востока, где распространены и мусульманская, и буддистская, и христианская религия, китайская, японская, индийская культуры. При всём этом многообразии форм “истинное человечество” должно объединить их в нечто целое, ибо “настоящая империя есть возвышение над культурно-исторической односторонностью Востока и Запада, настоящая империя не может быть ни исключительно восточной, ни исключительно западной державой”. Уже с самого начала человеческой истории, писал Владимир Соловьёв, «обозначилась противоположность двух культур – восточной и западной» (5, т. 1. С. 26). Хотя на Востоке он различал три типа культуры, основанием всей восточной культуры он считал “подчинение человека во всём сверхчеловеческой силе”, а основание западной культуры он видел в “самодеятельности человека”. Следовательно, оба проявления всемирной культуры являются закономерными и в равной степени необходимыми. Поступательное развитие всемирной истории, ведущее к прогрессу человечества, у В. Соловьёва, сводится к признанию *равноправности и равноценности различных культур*, устремлённых к синтезу, к объединению. Культурное всеединство достижимо в результате слияния этих противоположных типов культуры, ибо жизнь вообще есть «соединение духовного начала с материей или натурой, воплощение духа, одухотворение материи» (5, т. с. 23). Видеть в них абсолютно противоположные начала нельзя, ибо они – две стороны одного и того же процесса, сущность которого состоит во взаимодополняемости этих сторон. Поэтому В. Соловьёв говорил, что Всеединная Христианская Церковь должна объединить под своей эгидой Восточную и Западную церкви, а значит и противоположные культуры. Положительное, что существует в каждой культуре будет способствовать прогрессу всего человеческого общества. Роль западной цивилизации состоит в том, что она несёт в себе элементы активности и действия, чего нет в восточной цивилизации.

В.С. Соловьёв пришёл к выводу, что примирение противоположных сторон в рождающемся едином целом есть закон человеческой истории. И примирение этих противоположностей – миссия России, ибо она вобрала в себя черты восточных и западных народов и располагает огромными культурными богатствами, традициями, обычаями, тесно переплетёнными в жизни её народов. Россия может дать миру совершенно новое прогрессивное государство, которое вберёт в себя черты той и другой стороны и, тем самым, откроет возможность познавать мир во всей его полноте и со всеми особенностями. Россия действовала как согласная семья народов. И чем более расширялся семейный круг подвластных ей народов, входили новые члены, «и крещенные, и некрещенные, но начало истинного единства, основанного на том, что каждый находит для себя место и простор для своего мирного роста под сенью общей державы, оставалось неприкосновенным». Россия должна выступить, согласно В.С. Соловьёву, как новая модель всемирной культуры. В силу того, что он предвидел в России коренные изменения и возлагал на нее большие надежды в примирении различных миров (культур), он считал, что полное самораскрытие всемирной культуры только в соединении различных и относительно самостоятельных культур. При всем разнообразии культурных характеров и направлений, все-таки в смысле объективном - в смысле задач и результатов исторического труда, - «существует только одна общечеловеческая культура для всех народов, как одна для всех истина, одна справедливость, одно Божество» (4, т. 5, с. 381). Разнообразие способствует прогрессивному развитию всемирной истории и культуры. Во всех своих работах он проводил мысль о неповторимости каждой культуры и об их взаимодействии как процессе становления единой гуманистической культуры на основе Всеединства.

Таким образом, культурологические взгляды представителей русской религиозно-идеалистической философии на рубеже XIX-XX вв. положили начало мощному движению русской интеллигенции, направленному на преобразование общества не путём социальной революции, а исключительно средствами культуры и искусства, т.е. путём духовного совершенства, через познание искусства. Духовная культура, и прежде всего художественная, определялась религиозными философами как необходимый элемент традиционной культуры.

Список литературы

1. Бердяев Н.А. Философия неравенства. М., 1990. С. 260.
2. Гулыга А.В. Владимир Соловьёв. //Литературная газета, М., 1988, №3. С.5.
3. Гулыга А.В. Русская идея и ее творцы. М., 1995. Стр. 25.
4. Соловьёв В.С. Собрание сочинений в 10-т. – М., 1923-1924. Т.5. С. 381
5. Соловьёв В.С. Три силы. - //Собр. соч. в 2-х тт. М., 1990. С. 26.

6. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992. С. 220.
7. Флоренский П.А. //Цит. По Культурология (в исходных научных понятиях, структурно-логических схемах, исторических феноменах культуры). – М., 2010. Стр. 22.
8. Чаадаев П.Я. Сочинения и письма в двух тт. М., 1914, т.2. стр. 12.

**СЕКЦИЯ №9.
МУЗЕЕВЕДЕНИЕ, КОНСЕРВАЦИЯ И РЕСТАВРАЦИЯ ИСТОРИКО-
КУЛЬТУРНЫХ ОБЪЕКТОВ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 24.00.03)**

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.00.00)

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.00)

**СЕКЦИЯ №10.
РУССКАЯ ЛИТЕРАТУРА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.01)**

**СЕКЦИЯ №11.
ЛИТЕРАТУРА НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ИЛИ ГРУППЫ ЛИТЕРАТУР)
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.02)**

**СЕКЦИЯ №12.
ЛИТЕРАТУРА НАРОДОВ СТРАН ЗАРУБЕЖЬЯ
(С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ) (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.03)**

**СЕКЦИЯ №13.
ТЕОРИЯ ЛИТЕРАТУРЫ. ТЕКСТОЛОГИЯ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.08)**

**СЕКЦИЯ №14.
ФОЛЬКЛОРИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.09)**

**СЕКЦИЯ №15.
ЖУРНАЛИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.10)**

ЯЗЫКОЗНАНИЕ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.00)

**СЕКЦИЯ №16.
РУССКИЙ ЯЗЫК (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.01)**

**НАЦИОНАЛЬНАЯ САМОБЫТНОСТЬ В ЗЕРКАЛЕ ЯЗЫКОВЫХ СТЕРЕОТИПОВ
(О РОЛИ КУЛЬТУРОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАНЦАМИ ЧУЖОГО ЯЗЫКА)**

Данилевская Н.В.

Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь

Обострившееся в последнее время военно-политическое противостояние двух глобальных систем мироустройства – условно говоря, западной, включающей в свой состав Америку, и, условно говоря,

восточной, включающей в свой состав Россию, – бросает вызовы и сложившемуся в течение многих веков поступательного развития культурному миропорядку. На смену прежнему идеологическому противоборству пришло соперничество новых центров силы: противостояние этносов, религий и цивилизаций.

По мнению многих политологов, «военно-политическая обстановка в мире складывается под воздействием набирающего силу сложного и противоречивого процесса глобализации международных политических и экономических отношений и характеризуется высокой динамичностью, повышенной нестабильностью, ростом напряженности в целом ряде регионов, обострением существующих и возникновением новых кризисных ситуаций» [Иванов 2017]. Нестабильность в отношениях двух глобальных систем особенно возросла после негативных событий на Украине в 2014 году, когда, взорвав привычное положение дел в этом регионе, западные силы создали условия для новых конфликтов экономического, геополитического, военного, а также этнического характера.

Вместе с тем процессы глобализации охватывают не только военно-политическую сферу социума, но и сферу духовно-нравственную, изменяя ее ничуть не меньше, чем политику или экономику. Мы становимся свидетелями того, как ужесточается конкуренция не только за металлы, нефть и газ, но прежде всего за человеческие ресурсы, за интеллект [см. подробнее: Военно-политическая обстановка... 2017]. И в этом духовно-нравственном, или культурном, своем противостоянии два мировых полюса решают разные задачи: западный вектор направлен на нивелирование, сглаживание национальной специфики того или иного народа, его самобытности, вплоть до полного ее устранения (так называемая американизация или европеизация/прозападничество); восточный же вектор сосредоточен на попытках сохранить национальную самобытность, не позволить ей раствориться в западно-американских ценностях. К сожалению, в этой борьбе у восточного блока пока немного успехов.

Ср. мнение Н.И. Клушиной о массовизации современной русской культуры, что, по мнению исследователя, ведет к формированию особого современного национального стиля как «глобалистского *non-stilia* (наднационального, точнее – антинационального), отражающего и фиксирующего массовую культуру глобального постиндустриального общества потребления, не знающего национальных границ и формирующего вкусы *среднего* “цивилизованного” человека (не космополита, не гражданина Мира), а конвейерной личности, потребителя массовой культуры, с идеологией, модой, разрушающей национальные границы» [Клушина 2012, с. 23. Выделено автором. – Н.Д.].

Иными словами, военно-политическое противостояние осложняется противоборством этнокультурного характера. Этот новый вызов нового времени вынуждает гуманитариев России ставить перед собою специфические задачи, связанные с сохранением национальной самобытности и национального языка, и искать пути их решения. Не случайно в марте 2016 года Русская православная церковь (РПЦ) учредила и возглавила Общество русской словесности, задачей которого является «консолидация усилий ученых, педагогов, деятелей культуры, широкой общественности для сохранения ведущей роли литературы и русского языка в воспитании подрастающего поколения, укрепления единого культурно-образовательного пространства, развития лучших традиций отечественного гуманитарного образования, культурно-просветительской деятельности» [Итоговая резолюция расширенного... 2016].

Далеко не последнюю роль в этой сложной работе могут и должны сыграть лингвисты, культурологи, литературоведы – все, чья деятельность непосредственно связана с русским словом, русской мыслью, русской картиной мира и ее сохранением.

Важно, что процессы глобализации, усиливающие центробежные силы в рамках однополярного мира, одновременно порождают и стимулируют развитие противоположных процессов – взаимопроникновение культур, их переплетение, вплоть до частичного совмещения веками отдельно существовавших разных картин мира. Этот объективно развивающийся «тектонический сдвиг» культур и народов потребовал от лингвистов и культурологов активизации исследований проблем межкультурной коммуникации, в связи с чем в последние годы среди гуманитариев возрос интерес к анализу «острых углов», возникающих в рамках межнационального взаимодействия, а также к поиску способов их сглаживания. Вставшие перед современным миром проблемы созидательной связи и взаимодействия людей с разными языками и культурами породили всплеск научных исследований в области лингвокультурологии и межкультурной коммуникации [см.: Алефиренко 2012, Вань Нин 2015, Межкультурная коммуникация... 2011, Сэпир 2001, Ху Сяосюэ 2013, Чой Су Ен 2009 и др.].

Задача гармонизации межнациональных отношений – одна из центральных сегодня в международной и внутренней политике России. Решается эта задача разными способами и на разных уровнях. Большую роль в решении вопросов межнационального общения играют учителя и преподаватели

русского языка. В этой ситуации безусловно важной и актуальной становится проблема изучения и описания общего (совпадающего) и, напротив, самобытного (отличительного) в культуре разных народов – фактов «культурного совпадения или несовпадения» представителей разных наций. Выявление и описание тонкостей национальной идентичности способствует сглаживанию противоречивого по своей природе и сложного процесса культурного взаимодействия, а также предотвращению конфликтных ситуаций, которые неизбежно возможны во время переживания разными народами одного (общего) исторического события – глобализации.

В настоящей статье предпринимается попытка рассмотреть вопрос о значимости культурной информации в рамках межнационального общения на примере сопоставительного анализа автомобильных предпочтений русских и китайских автолюбителей. Такой анализ поможет выявить зоны культурного совпадения и несовпадения между русскими и китайцами в рамках автомобильного дискурса, что в целом, как кажется, уточнит наши представления друг о друге. К тому же выявление и описание бытовых представлений той или иной нации способствует, на наш взгляд, осмыслению особенностей идентичности, уточнению тонкостей и своеобразия реакций того или иного народа на глобальные проблемы – социальные, экономические, военно-политические и др.

Нами было опрошено 200 респондентов: по 100 человек с русской и китайской стороны. При этом мы придерживались гендерного паритета, поэтому в каждую сотню вошли по 50 мужчин и 50 женщин. Средний возраст опрошенных составил 25-35 лет (в целом в опросе участвовали люди от 17 до 50 лет); социальное положение респондентов разное – это студенты, рабочие, служащие (гос- и офис-служащие, работники бюджетной сферы), предприниматели, домохозяйки.

Респондентам были предложены анкеты с двумя одинаковыми вопросами: 1. Какими качествами, по вашему мнению, должен обладать хороший автомобиль? 2. Сведения о чем привлекают вас в автомобильной рекламе?

Эти вопросы выявили зоны совпадения и зоны несовпадения в оценке автомобиля и его важнейших качеств русскими и китайцами. Представляется, что полученные результаты демонстрируют не просто разное отношение русских и китайцев к автомобилю, но высвечивают особенности их картин мира, разное отношение к жизни.

Среди ответов на первый вопрос в **русских анкетах** преобладают следующие ответы: 1-е место – *комфорт*; 2-е место – *разгон с места до 100 км./мощность двигателя/скорость (динамичность)*; 3-е место – *надежность, выносливость*. **Китайские анкеты** демонстрируют иные представления о важнейших качествах автомобиля: 1-е место – *безопасность*; 2-е место – *дизайн («стильный вид»)*; 3-е место – *комфорт*. Таким образом, приоритетными качествами автомобиля для **русских** являются комфорт, мощность и надежность, для **китайцев** – безопасность, внешний вид (эстетика оформления) и комфорт.

Как видно, зоной совпадения в русских и китайских представлениях об основных качествах автомобиля является *комфорт*, причем для русских – это первое требование к автомобилю, для китайцев оно лишь на третьем месте среди важнейших. По всем же остальным качествам представления опрошенных о хорошем автомобиле не совпадают: для русских важны его *мощность* и *надежность* (= выносливость), для китайцев – *безопасность на дороге* (= прочность стали и стекол) и *внешний дизайн*.

Выявленная разница в автомобильных приоритетах двух народов представляется вполне естественной, поскольку у китайцев и русских разная автомобильная история, разный жизненный опыт в обладании машинами и в их эксплуатации. В России долгое время не было хороших автомобилей, поэтому для русского водителя *комфорт* и *надежность* составляют ядро ценностей автомобиля. То же можно сказать о мощности автомобиля (она на 2-ом месте): в России мало хороших дорог, а зимой много снега – без автомобиля с мощным мотором можно проехать далеко не везде, даже в пределах городского ландшафта.

Обобщим результаты ответов на первый вопрос в таблице № 1:

Таблица 1

Качества «хорошего автомобиля» с точки зрения русских и китайцев

Ответы русских респондентов		Ответы китайских респондентов	
Качество автомобиля	Приоритетность	Качество автомобиля	Приоритетность
Комфорт	I	Безопасность	I
Разгон с места до 100 км. / мощность двигателя / скорость (динамичность)	II	Дизайн («стильный вид»)	II
Надёжность, выносливость	III	Комфорт	III

Интересно распределились оценки качеств хорошего автомобиля в зависимости от гендерных характеристик респондентов. Так, среди **русских автолюбителей-мужчин** важнейшими оказались такие качества, как *комфорт, мощность двигателя и надежность, выносливость*; среди **автолюбителей-женщин** наиболее предпочтительными названы *мощность двигателя и комфорт*, затем *внешний дизайн* и далее *надежность, выносливость*. Если учесть, что перечисленные качества расположены по степени убывания их важности, то становится очевидным, что русские мужчины, как знающие цену комфорту и надежности машины, не задумываются, в отличие от женщин, над ее внешним дизайном (хотя в нашем материале есть и мужские ответы, в которых внешний дизайн поставлен на первое место. Но таких ответов очень немного и они находятся на периферии общей статистики).

Для **китайских автолюбителей-мужчин** в число важнейших качеств входят (по степени убывания важности) *безопасность* автомобиля, его *внешний (стильный) дизайн, комфорт в управлении*; **китайские автолюбители-женщины** называют *внешний (стильный) дизайн, безопасность, комфорт в управлении*. Как видим, с китайской точки зрения, ценности автомобиля не меняются в зависимости от гендерных характеристик его потребителей. Меняется лишь степень их значимости: для мужчин важнее всего *безопасность*, для женщин – *внешний вид*, тогда как *комфорт* и у тех, и у других на надежном третьем месте.

Ответы на второй вопрос анкеты (Сведения о чем вас привлекают прежде всего в автомобильной рекламе?) выявили несколько иную картину.

В **русских анкетах** 1-е место разделили сведения о *цене и технических характеристиках машины*; 2-е место занимает информация о *мощности двигателя*; на 3-ем месте – *комфорт салона*. В **китайских анкетах** на 1-ом месте такое качество, как *безопасность*, на 2-ом месте – *экономичность расхода топлива*, 3-ю позицию занимают сведения о *технических характеристиках автомобиля* (см. табл. № 2):

Таблица 2

Важнейшая рекламная информация об автомобиле с точки зрения русских и китайцев

Ответы русских респондентов		Ответы китайских респондентов	
Важнейшая рекламная информация	Приоритетность	Важнейшая рекламная информация	Приоритетность
Цена и технические характеристики машины	I	Безопасность	I
Мощности двигателя	II	Экономичность расхода топлива	II
Комфорт салона	III	Технические характеристики машины	III

Такие данные свидетельствуют о том, что текст рекламного сообщения русский потребитель начинает рассматривать с цены товара и его технических характеристик; немаловажным для него оказывается и комфортное оформление салона, но это, как показывает материал, уже дело третье. Иное восприятие рекламного сообщения у китайского потребителя: не задумываясь о цене, он интересуется прежде всего безопасностью и экономичностью машины, которые позволяют ему уже более или менее спокойно воспринять сведения о технических особенностях предлагаемого товара, а также о его цене.

В ответах на второй вопрос так же, как и в ответах на первый вопрос, можно отметить некоторые особенности, связанные с гендерными характеристиками респондентов.

Так, например, для **русских мужчин** наиболее значимой оказывается информация о *цене* автомобиля (1-ое место) и его *мощности* (2-ое место), а уж затем его *марка* (3-е место); для **русских женщин** более приоритетной оказывается информация о *мощности* (1-ое место), затем сведения об *удобстве и комфорте* (2-ое место), на последнем же месте стоит вопрос о *цене и надежности* автомобиля. Подобный расклад «голосов» объясняется, видимо, тем, что русские мужчины почти полностью – покупатели автомобиля (ср. место вопроса о цене в их анкетах), тогда как женщины почти полностью только пользователи (ср. место о цене автомобиля в их анкетах).

Китайские мужчины выделяют в информации об автомобиле прежде всего сведения об *экономичности расхода топлива* (1-ое место), затем о *безопасности* (2-ое место) и уже в третью очередь о *технических характеристиках*; китайские женщины сведения о *безопасности* ставят на 1-ое место, сведения об *экономичности* – на 2-ое, а уже затем обращают внимание на *технические характеристики* рекламируемого автомобиля. Как видно, китайские женщины единодушны со своими мужчинами, ибо ценность рекламных сведений для них одинакова, меняется местами лишь экономичность с безопасностью, уходя с первого места у мужчин на второе у женщин.

Таким образом, приоритетными качествами автомобиля для русских являются комфорт, мощность и надежность, для китайцев – безопасность, внешний вид (эстетика оформления) и комфорт. Эти различия формируют **зону несовпадения** в национальных автомобильных приоритетах русских и китайцев. **Зоной же совпадения** является *комфорт* автомобиля, причем для русских – это первое требование к автомобилю, для китайцев оно лишь на третьем месте среди важнейших. По всем остальным качествам представления опрошенных о хорошем автомобиле не совпадают: для русских важны его *мощность* и *надежность* (= выносливость), для китайцев – *безопасность на дороге* (= прочность стали и стекол) и *внешний дизайн*.

Завершая анализ, отметим: наш социолингвистический эксперимент показал, что отношение к автомобилю у русских и китайских автолюбителей неодинаковое; среди сведений об автомобиле русские и китайцы выделяют в качестве ценностных разные качества, демонстрируя тем самым самобытные, этнически предопределенные приоритеты. Здесь действительно многое зависит от особенностей менталитета – культурных и бытовых традиций, социально-экономических особенностей жизни, прошлых и настоящих исторических событий, влияющих на картину мира носителей того или иного языка. В результате эмоционально-психическое восприятие одного и того же артефакта, обнаруживая **зоны культурного несовпадения**, приводит к неодинаковым, а часто и к противоположным физическим или материальным реакциям/действиям со стороны представителей разных национальностей. Поэтому, например, всякое рекламное сообщение фирмы-производителя или фирмы-продавца, которые выходят на международное торговое пространство, должно непременно учитывать особенности национального мировосприятия своего адресата, ибо то, что жизненно необходимо для русского, – для китайца вторично. И наоборот. Это убедительно демонстрирует проведенный нами анализ русских и китайских автомобильных ценностей.

Вопрос о соотношении этнических стереотипов и предпочтений оказывается весьма значимым в условиях обучения иностранных граждан в российских вузах, а также русских студентов (школьников), обучающихся иностранным языкам. В условиях, когда иностранные студенты не только учатся в одних стенах, но и живут в одних общежитиях с представителями других наций, вполне вероятны конфликты и противоречия на национальной почве. Предотвратить подобные ситуации можно только с помощью воспитания, выстроенного на основе культурологических знаний, информации об особенностях национальной картины мира разных народов.

Список литературы

1. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка. М.: Флинта: Наука, 2012. 288 с.
2. Вань Нин. Слоган русской автомобильной рекламы в структурно-содержательном аспекте (на фоне китайской рекламы). Дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2015. 229 с.
3. Военно-политическая обстановка и общая характеристика военных угроз. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=436590> (дата обращения 11.03.2017 г.).
4. Данилевская Н.В. Национально значимые ключевые смыслы современной социальной рекламы (на материале русских телевизионных текстов) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – Вып. 4(32). Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2015. С. 51–57.
5. Иванов Б. Военно-политическая обстановка и общая характеристика военных угроз. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://goup32441.narod.ru/files/ogp/001_oporn_konspekt/2013/2013-10-1.htm (дата обращения 23.01.2017).
6. Итоговая резолюция расширенного заседания Патриаршего совета по культуре от 09.03.2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2029336.html> (дата обращения 02.02.2017 г.).
7. Клушина Н.И. Русский национальный стиль и его реализация в текстах СМИ // Stylistyka, XXI. Opole (Польша), 2012. С. 19–33.
8. Межкультурная коммуникация: современные проблемы и решения: Монография / Науч. ред. Г.А.Дзида. М.: Изд-во «Спутник», 2011. 339 с.
9. Сепир Э. Культура подлинная и мнимая // Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 2001. 656 с.

10. Ху Сяосюэ. Речевое воплощение концепта «успешная женщина» в текстах русских глянцевого журналов (на фоне китайского языка): дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2013. 225 с.
11. Чой Су Ен. Межкультурная коммуникация как фактор ценностного самоопределения студентов: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Хабаровск, 2009. 19 с.

СЕКЦИЯ №17.

ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ЯЗЫКОВОЙ СЕМЬИ) (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.02)

СЕКЦИЯ №18.

СЛАВЯНСКИЕ ЯЗЫКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.03)

СЕКЦИЯ №19.

ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.04)

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАНАДСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ В РОМАНАХ ЛУИЗЫ ПЕННИ

Емельянова О.В., Шипатова Е.А.

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

В связи с нарастающей глобализацией в современном обществе связи между прежде изолированными культурами становятся всё теснее, границы между ними всё больше размываются. В то же время активные контакты между представителями разных культур выявляют различия между ними, что вызывает коммуникативные неудачи, основанную на предубеждениях антипатию, возникновение культурных и национальных стереотипов, взаимное влияние языков и культур.

Страноведение Канады – довольно малоизученная в российском дискурсе область. За пределами общего внимания часто остаётся уникальная языковая ситуация, сложившаяся за счёт исторических условий в стране, пережившей две метрополии, две колонизации (Нохрин 2012, Silver 1997).

Для многих стран, бывших в прошлом колониями, таких как США, Мексика, Бразилия, Чили, Аргентина, ЮАР, типичным условием будет доминирование языка колонистов и угнетение языка туземного народа. Однако в данном случае наличие более чем одной группы колонистов, каждая из которых успела закрепиться на территории будущей самостоятельной страны и заселяла её в течение нескольких поколений, создало уникальную ситуацию сосуществования двух языков завоевателей и множества языков местных народов. Все это определило главную особенность языковой ситуации в Канаде – билингвизм большинства её жителей, особенно ярко представленный в провинции Квебек (Вишневская 1997, Ощепкова 2006).

Особенности лингвокультурной ситуации в Канаде в целом и в провинции Квебек, в частности, нашли яркое отражение в творчестве современной канадской англоязычной писательницы Луизы Пенни (Louise Penny). Она получила широкую известность благодаря циклу романов об Инспекторе Гамаше, пронизательном квебекском детективе. Её работы написаны на английском языке; они были тепло встречены читателями и отмечены многими литературными премиями, включая пять Премий Агаты (международная литературная премия имени Агаты Кристи).

Деревня Три Сосны, где разворачиваются события в романах Л.Пенни, во многом похожа на место жительства писательницы. Она расположена в провинции Квебек, к югу от Монреаля, недалеко от границы с США.

Для более детального рассмотрения отношений между франкофонами и англофонами, билингвизма в повседневной жизни канадцев и принципов использования ими в речи интерлингвальных вкраплений представляется важным дать описание персонажей, особое внимание уделяя языковой принадлежности последних.

Главный герой созданного Луизой Пенни художественного мира – инспектор Сюртэ (полиции Квебека) Гамаш, известный руководитель отдела расследования убийств. Арман Гамаш (Armand Gamache) – мужчина средних лет; он франкоканадец, однако за годы обучения в Великобритании в совершенстве овладел английским языком, так что другие персонажи отмечают его безукоризненное произношение с британским акцентом: (1) ‘...a francophone speaking like a hereditary member of the House of Lords’ (Penny1).

Помимо самого Гамаша, в повествовании фигурируют другие полицейские, коллеги Гамаша, члены его команды или его начальство. Среди них – Жан Ги Бювуар (Jean Guy Beauvoir), первый помощник и заместитель, мужчина тридцати с лишним лет. Бювуар выступает в качестве представителя и резонёра изоляционно-сепаратистски настроенных франкофонов.

Также следует отметить агента Лемье (Robert Lemieux), молодого местного полицейского, позже переведённого в Монреаль. Он появляется в одном эпизоде первой книги, однако уже после второй книги цикла его роль становится всё значительнее. Он также принадлежит к франкофонному сообществу и привык общаться в основном с франкофонами, англофонов же он воспринимает настороженно, не понимая их и не доверяя им, о чём свидетельствует следующий пример: (2) ‘Lemieux wasn’t at all sure what had just happened. He thought perhaps **it was some weird Anglo code, a dance of aggression and submission**. This rarely happened in francophone encounters, in his limited experience. The French, he felt, were far more open about their feelings. **The English? Well, they were devious. Never really knew what they were thinking, never mind feeling?**’ (Penny2). Для него стало привычным не понимать англоканадцев с их культурой, отличной от его собственной. Лемье, как и Бювуар, относится к англофонам с предубеждением,

В книге упоминаются и другие полицейские, среди которых – Isabelle Lacoste, Superintendent Brébeuf, Arnot, Sergeant LaCroix и другие. Показательно, что единственная упомянутая англоканадка в полиции – Шэрон Харрис (Sharon Harris), судмедэксперт. Это может служить свидетельством остаточной волны «тихой революции» – так назван период, начавшийся в 60-е годы XX века, во время которого в Квебеке при приёме на работу, назначении на управляющую должность или при выборе поставщиков для правительства негласно отдавалось предпочтение франкофонам, даже если они были менее компетентны, чем их соперники-англофоны.

Среди жителей деревни Три Сосны – свидетелей преступлений, родственников или друзей жертв и т.п. следует особо отметить следующих персонажей: Питер и Клара Морроу (Peter and Clara Morrow) – семейная пара среднего возраста, англофоны, художники. Питер Морроу – почти карикатурное воплощение англоканадца, – преданный своему делу и преуспевший на выбранном поприще, корректный, скрытный мужчина, полностью преданный жене. Клара Морроу – один из главных помощников инспектора Гамаша, часто дающий ему необходимые подсказки, женщина с хорошо развитой интуицией. Она гораздо более открыта и общительна, чем её муж. Мирна Ландерс – англофонка из Монреаля, афро-американка средних лет, в прошлом психолог, на момент повествования держит книжный магазин. Оливье и Габри (Olivier Brulé и Gabriel Dubeau) – франкофоны; они держат популярное в деревне бистро, по совместительству магазин антиквариата, и небольшую гостиницу. Последняя, кого следует упомянуть, – англофонка Руфь Зардо (Ruth Zardo née Kent). Она – талантливая поэтесса, заслужившая премию генерал-губернатора; в описании этого персонажа словно под увеличительным стеклом дана другая черта англоканадцев, приписываемая им франкофонами, – эксцентричность. Чудаковатость Руфи Зардо проявляется в её речи, манерах и поведении, она пренебрегает светскими условностями и делает то, что ей хочется и что она считает правильным. Это властная пожилая женщина со сложным, даже склочным характером и ранимым сердцем.

Среди жителей деревни, которых репрезентируют эти персонажи, больше англофонов. Это можно объяснить тем, что деревня Три Сосны находится недалеко от границы с США. После войны за независимость многие лоялисты (жители британских колоний, преданные Короне) переехали в Канаду и основали там свои поселения; эти основатели приписываются и вымышленной деревне Три Сосны, история которой рассказана одним из героев первой книги Беном Хедли: (3) **'It's a code. For the United Empire Loyalists.** <...> we're only a couple of kilometers from the border with the States. When the people loyal to the crown during and after the War of Independence were fleeing, they had no way of knowing when they were safe. So a code was designed. **Three pines in a cluster meant the loyalists would be welcome**' (Penny1)

Количественное преобладание англофонов расходится с результатами проведённого в 2006 году опроса, согласно которому только для 7% жителей провинции Квебек английский язык – первый язык, выученный в детстве (langue maternelle, mother tongue). Подобное распределение в репрезентации соотношения англофонов и франкофонов в книгах Луизы Пенни можно объяснить не только близостью деревни Три Сосны к американской границе; сама писательница является англоканадкой, а потому в её

личном окружении больше англофонов, чем в окружении среднего франкоканадца. Более того, писательница активно акцентирует внимание на единении двух культур и мирном соседстве двух языков. С нашей точки зрения, такая позиция Луиза Пенни способствует тому, что она включает в своё повествование большое количество англоканадцев, представляющих собой меньшинство в Квебеке, для демонстрации их интеграции в обществе и активного участия в описываемых событиях.

В то же время взаимная интеграция ещё не совершилась, и на это косвенно указывает скромное количество билингвальных англо-франкофонных семей. В рассматриваемых книгах упомянута только одна такая семья - Мэтью и Сюзанн Крофт (Matthew Croft, Suzanne Croft née Belanger). У этой пары двое детей, старший из которых Филипп (Philippe) фигурирует в первой книге как проблемный подросток, не идущий на контакт ни с родителями, ни с полицией: (4) Normally, in fact habitually for the past few months, Matthew and Suzanne had had to fight with Philippe to get him to remove the Discman, **Matthew arguing with him in English and Suzanne speaking with him in her mother tongue, French. Philippe was bilingual and bicultural and equally deaf to both languages** (Penny1).

Как следует из текста романов, все персонажи в той или иной мере владеют обоими языками, т.е. являются билингвами. По утверждению одного из героев, Бена Хедли, нет совершенно ничего необычного в том, чтобы встретить билингва, особенно в рядах квебекской полиции: (5) In Quebec it was far from unusual that **people spoke both languages, even fluently** (Penny1).

Любые связи между представителями двух культур влекут за собой взаимное влияние, в то время как враждебность и изоляция, отсутствие контактов и культурного обмена ведёт к непониманию и коммуникативным неудачам. Рассмотрим сбои в коммуникации, причиной которых, по нашему мнению, стала разница двух культур, англоканадской и франкоканадской; помимо этого, проиллюстрируем некоторые стереотипы представителей культур друг о друге – стереотипы, вызванные недостатком коммуникации и способствующие дальнейшему непониманию.

Так, к примеру, франкофон Лемье составил суждение о Руфи Зардо, основываясь на общем впечатлении от общения с ней и от упоминания её привычки совершать «пивные прогулки» (“*beer walk*”). На основании этих данных Лемье вынес суждение, что она – пьяница: (6) “*Poor Madame Zardo... she’s a drunk*” (Penny2). Только позже ему объяснили, что определённая традиция – пристреливать собаку, когда та сильно страдает от болезни или глубокой старости, – называется «пивной прогулкой», поскольку перед тем, как взять собаку на последнюю прогулку, фермеры выпивали много пива, чтобы решиться на подобный поступок. И Руфь, выходя на скамейку каждый день в шесть вечера, отдавала дань памяти своей собаке и их последней прогулке. Лемье же не была знакома эта практика, потому на основе данной ему информации он сделал неправильные выводы. Это незнание нельзя объяснить ни оторванностью от деревенской жизни (Лемье живёт в соседней общине), ни непониманием между разными поколениями (Гамаш тоже не знал о существовании этой практики). Вероятно, ошибка произошла именно из-за разницы франкоканадского культурного кода Лемье и Гамаша и англоканадского кода Руфи и четы Морроу, объяснивших поведение мадам Зардо Гамашу.

Подобное непонимание проявили все полицейские-франкофоны, когда речь зашла о кёрлинге. В книге ‘*A Fatal Grace*’ (Penny2) женщину по имени Сесилия де Пуатье убили электрическим током во время матча по кёрлингу. Поэтому, чтобы разобраться в преступлении, офицерам Сюртэ было необходимо иметь представление о кёрлинге, и, в частности, о том, почему в момент смерти женщины никто не услышал её криков. Объяснения вызвали у Гамаша и Бювуара непонимание, поэтому им пришлось просить свидетелей несколько раз повторить их слова, а затем пояснить их: (7) Mother had just cleared the house. *Rien*, no sense at all.<...>‘*Désolé, mais qu’est-ce que vous avez dit?*’ he tried again, in French. “Mother. Had. Just. Cleared. The House.’ The old woman <Kaye Tompson> spoke very distinctly in a voice surprisingly strong. <...>Are we talking about the same thing, madame? Curling?” (Penny2)

В приведённом примере Бювуар просит свидетельниц преступления восстановить последовательность событий во время убийства. Женщины объясняют ему, что именно в тот момент одна из команд «очищала дом», то есть игрок одним ударом выбивал все камни из определённой секции поля. Это был кульминационный момент матча, так что внимание всех зрителей было приковано к игрокам, поднялся большой шум, чем и воспользовался убийца. Убийца выбрал именно момент, когда внимание всех зрителей было сосредоточено на льду, так что никто не заметил преступных действий. Однако Бювуар, главный носитель стереотипов и предубеждений франкофонов против англофонов, отказывает женщинам в здравом смысле и производит смену кода, переходя на родной язык в надежде получить преимущество в беседе, предмет которой ему непонятен. В то же время Кей Томпсон, его собеседница и главная свидетельница, не

меняет код вслед за Бювуаром (что обычно совершают англофоны при смене кода собеседником), а, напротив, медленно, с расстановкой (интонация, на письме отраженная с применением парцелляции) повторяет предложение, не объясняя его. Подобная реакция может быть вызвана упрямым характером персонажа и отказом принять непонятливость собеседника. По её мнению, каждый канадец должен представлять себе правила кёрлинга и владеть терминами, относящимися к этому спорту.

На наш взгляд, эту коммуникативную неудачу нельзя объяснить исключительно разностью культур. Присутствовавшая при разговоре Эмили Лонгпре (Émilie Longpré), элегантная пожилая франкофонка, прекрасно понимала предмет разговора, так же как и другие зрители-франкофоны, присутствовавшие на матче. Так что на культурный аспект накладывается территориальный – для франкофонов, живущих в этой местности, близко к американской границе и с большой пропорцией англофонов, кёрлинг является популярным развлечением, в то время как на общекебекском уровне этот вид спорта гораздо менее популярен. Также важно ещё раз отметить, что в приведённом примере франкофон, потерпев коммуникативную неудачу в разговоре с англофонкой, переходит на французский язык в надежде достичь лучшего понимания, говоря на своём родном языке.

Бювуар относит любую эксцентричную выходку англофонов не к личным чертам их характеров, а к их национальной принадлежности. Их поступки и поведение только укрепляют его убеждение о странности носителей английского языка: (8) ‘Namaste?’ Gamache asked. Beauvoir hadn’t asked because she was old, she was *anglaise* and she was wearing a purple caftan. **People like that said ridiculous things all the time** (Penny2). По определению, данному Longman Dictionary of Contemporary English, caftan – ‘a long loose piece of clothing, usually made of silk or cotton, and worn in the Middle East’. Для Канады же, особенно Канады в декабре, подобная одежда крайне нетипична, что для Бювуара стало ещё одним примером эксцентричности англофонов. «Странность» англофонов отражена и в следующем примере: (9) He had no answer but then **he was always astonished by 'les Anglais'**. **This room was just one more example of their unfathomable behavior...** Was it possible, he wondered, joining the others and turning around and around. All the walls? The ceiling? The floors even? He realised **he'd far underestimated LesAnglais and their potential for insanity** (Penny1). К удивлению Бювуара, Гамаша и многих других персонажей (как англофонов, так и франкофонов) Джейн Нил, художница-любительница, украсила все стены и даже пол и потолки своего дома собственными картинами, показывающими историю деревни Три Сосны за последние полвека.

Бювуар считает всех англофонов скрытными и эксцентричными, он не понимает их мотивов и потому не доверяет им: (10) He’d seen enough of the Anglos in Quebec to make him wonder. **It was their secrecy that always scared him. He couldn’t figure out what they were thinking. And if he couldn’t figure that out, he couldn’t begin to know what they’d do. He felt exposed and endangered around the English.** And he didn’t like it. Frankly, he didn’t like them, and this film had done nothing to change his mind (Penny2).

Судя по комментариям Бювуара, франкофона от англофона отличает не только английский язык. Разная культура и разные языки определяют мимику, манеру вести себя. Так, по его мнению, англофоны ведут себя более сдержанно, чем франкоканадцы, позволяя себе проявлять чувства и взволнованно размахивать руками только во время матчей по кёрлингу: (11) **Most Anglos, he’d noticed, didn’t like to raise their voices. Francophones were constantly gesturing and shouting and hugging.** Beauvoir wasn’t sure why Anglos even had arms, except perhaps to carry all their money. Curling at least gave them an excuse to vent (Penny2). Фраза “to carry all their money”, как нам кажется, вызвана недовольством франкофонов, начало которого восходит к переходу территорий будущей Канады под Британское господство. Тогда колония использовалась метрополией как сырьевой придаток и рынок сбыта товаров при этом наиболее успешные компании принадлежали британцам. На разнице в доходах сказалось и многовековое убеждение католиков-франкоканадцев, что заниматься бизнесом – в частности, торговлей, – неприлично и недостойно.

Помимо этого, франкофона от англофона отличает и стиль в одежде: (12) ‘... **Clara, though, belonged more in a circus.** She was wearing a bright red single-piece flannel outfit, complete with feet, and probably a hatch at the back. ‘We surrender,’ said Clara. ‘So do we,’ said Beauvoir, looking at her outfit, amazed. **You’d never find a francophone woman in that**’ (Penny1).

Единственный неряшливый франкоканадец в романах Пенни – грузный совладелец быстро и гостиницы Габри, в то время как остальные франкоканадцы описываются как изящные, стильные или одетые неброско, но со вкусом. Эта деталь также позволяет судить о том, дочь иммигрантов Иветта Николь социализирована как франкоканадка. Её стиль (точнее, его отсутствие) чрезвычайно поражает Гамаша и Бювуара, ведь те привыкли видеть франкоканадок стильными и ухоженными, в отличие от англоканадок: (13) The clothes she was wearing were plain, not the kind you might expect from a Montreal woman in her mid-

twenties. **There was none of the characteristic Quebecoise flamboyance** (Penny1). (Ср.также (14) It had also been Lemieux's experience that **the English had no clothes sense, and this man in his plaid flannel shirt could not possibly be francophone.** 'His name is Benjamin Hadley' (Penny1).

В рассмотренных источниках было выявлено сравнительно мало примеров отношения англофонов к франкофонам или ко всей ситуации. Единственной показательной иллюстрацией может служить беседа англофона Бена Хедли и франкофона инспектора Гамаша, часть которой уже приводилась ранее в связи с упоминанием о лоялистах. Так, Хедли напоминает, что во время последнего референдума об отделении Квебека от Канады голоса были разделены почти поровну (49% за отделение, 51% - против). При отделении же Квебека англофоны будут испытывать на себе ещё большую дискриминацию по языковому признаку: (15) 'The last sovereignty referendum was perilously close, as you know. And the campaign was ugly at times. **It's not always comfortable being a minority in your own country,**' said Ben' (Penny1). Бен Хедли с горечью отзывается о существующих в провинции правилах. Так, он не имеет права вести бизнес на своём родном языке, потому что тогда у него возникнут неприятности с Квебекским управлением французского языка (до 2002 года – Офис французского языка), в функции которого входит развитие и регулирование французского языка и его употребления с целью сделать его единственным официальным языком Квебека: (16) 'I appreciate that, but even if Quebec separates from Canada, surely you wouldn't feel threatened? You know your rights would be protected.' 'Do I? **Do I have the right to put up a sign in my own language? Or work only in English? No. The language police would get me. The Office de la Langue Francaise. I'm discriminated against.** Even the Supreme Court agrees. I want to speak English, Chief Inspector. <...> **We're not respected just by virtue of being English.** <...> Do you have any idea how much our lives have changed in the last twenty years? My mother barely spoke French, but I'm bilingual. We're trying, Inspector, but still **the English are the laughing stock. Blamed for everything'** (Penny1). Хедли утверждает, что в повседневной жизни он не чувствует себя в безопасности, что его и других англофонов не уважают и угнетают по языковому признаку, и им приходится приспосабливаться к изменениям последних лет.

Несмотря на то, что писательница запечатлела в своём художественном мире подчас острые отношения между представителями двух наций, она осветила ситуацию с разных сторон. Нельзя сказать, что симпатии или антипатии Луизы Пенни принадлежат той или иной стороне. Так, например, персонажи, которых можно назвать яркими представителями того или иного языкового сообщества – Жан Ги и Руфь Зардо, прорисованы в мелких деталях, помимо их отрицательных и карикатурных сторон подчёркиваются их положительные качества – преданность и верность Жана Ги и чувствительность, ранимость и сила воли Руфи. Все они многогранны, описаны с чувством юмора и заботой, почти нежностью.

Таким образом, судя по исследованному материалу, все персонажи владеют двумя языками на том или ином уровне; в речи герои переходят с одного языка на другой; вывески магазинов представлены на смеси языков, а канадцы должны вести бизнес на французском и английском языках; персонажи читают газеты и смотрят телепрограммы на двух языках. Постоянная смена кода, использование двух языков неизменно ведёт к взаимодействию и взаимопроникновению языков, а именно – интерлингвальным вкраплениям.

Представленный в статье материал вряд ли позволяет сделать исчерпывающие выводы о лингвокультурной ситуации в Канаде, но, как нам кажется, проведенное исследование дало возможность проследить некоторые важные тенденции и закономерности.

Список литературы

1. Вишневская Г.М. Билингвизм и его аспекты. Иваново, 1997.
2. Нохрин И.М. Общественно-политическая мысль Канады и становление национального самосознания, Canada, Altaspera Publishing & Literary Agency Inc., 2012.
3. Ощепкова В.В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии, СПб Издательство «КАРО», М. «Издательство Глосса-Пресс», 2006.
4. Silver I. The French-Canadian Idea of Confederation. Toronto, 1997.

Список источников примеров

1. Penny 1 – Louise Penny. Still Life. 2005. [bookfi.net/g/Louise Penny](http://bookfi.net/g/Louise%20Penny)
2. Penny 2 – Louise Penny. Dead Cold (A Fatal Grace). 2006. [bookfi.net/g/Louise Penny](http://bookfi.net/g/Louise%20Penny)

**СЕКЦИЯ №20.
РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.05)**

**СЕКЦИЯ №21.
КЛАССИЧЕСКАЯ ФИЛОЛОГИЯ, ВИЗАНТИЙСКАЯ
И НОВОГРЕЧЕСКАЯ ФИЛОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.14)**

**СЕКЦИЯ №22.
ТЕОРИЯ ЯЗЫКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.19)**

**СЕКЦИЯ №23.
СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ
И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.20)**

**СЕКЦИЯ №24.
ПРИКЛАДНАЯ И МАТЕМАТИЧЕСКАЯ
ЛИНГВИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.21)**

**СЕКЦИЯ №25.
ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН ЕВРОПЫ, АЗИИ,
АФРИКИ, АБОРИГЕНОВ АМЕРИКИ И АВСТРАЛИИ
(С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ЯЗЫКОВОЙ СЕМЬИ)
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.02.22)**

ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2017 ГОД

Январь 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы гуманитарных наук в современных условиях развития страны**», г. **Санкт-Петербург**

Прием статей для публикации: до 1 января 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 февраля 2017г.

Февраль 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**Актуальные проблемы гуманитарных наук в России и за рубежом**», г. **Новосибирск**

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2017г.

Март 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы современных гуманитарных наук**», г. **Екатеринбург**

Прием статей для публикации: до 1 марта 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2017г.

Апрель 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**Актуальные проблемы и достижения в гуманитарных науках**», г. **Самара**

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2017г.

Май 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы и перспективы развития гуманитарных наук**», г. **Омск**

Прием статей для публикации: до 1 мая 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июня 2017г.

Июнь 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**Современные проблемы гуманитарных наук в мире**», г. **Казань**

Прием статей для публикации: до 1 июня 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июля 2017г.

Июль 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**О вопросах и проблемах современных гуманитарных наук**», г. **Челябинск**

Прием статей для публикации: до 1 июля 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 августа 2017г.

Август 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция **«Новые тенденции развития гуманитарных наук», г. Ростов-на-Дону**

Прием статей для публикации: до 1 августа 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 сентября 2017г.

Сентябрь 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция **«Гуманитарные науки в современном мире», г. Уфа**

Прием статей для публикации: до 1 сентября 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 октября 2017г.

Октябрь 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция **«Основные проблемы гуманитарных наук», г. Волгоград**

Прием статей для публикации: до 1 октября 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 ноября 2017г.

Ноябрь 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция **«Гуманитарные науки: вопросы и тенденции развития», г. Красноярск**

Прием статей для публикации: до 1 ноября 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 декабря 2017г.

Декабрь 2017г.

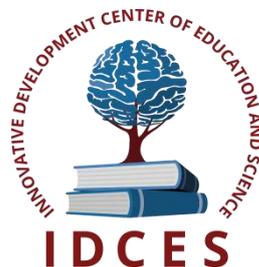
IV Международная научно-практическая конференция **«Перспективы развития современных гуманитарных наук», г. Воронеж**

Прием статей для публикации: до 1 декабря 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 января 2018г.

С более подробной информацией о международных научно-практических конференциях можно ознакомиться на официальном сайте Инновационного центра развития образования и науки www.izron.ru (раздел «Гуманитарные науки»).

ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**О вопросах и проблемах современных
гуманитарных наук**

Выпуск IV

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 июля 2017 г.)**

г. Челябинск

2017 г.

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка авторская

Подписано в печать 10.07.2017.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 2,5.
Тираж 250 экз. Заказ № 075.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58.