

ISSN 2464-6768

MK ČR E 22429

Vědecký a praktický časopis

FILOLOGICKÉ VĚDOMOSTI

№ 3 2018

ZAKLADATEL:
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.

Šéfredaktorka – prof. **Irina S. Karabulatova**, Ph.D. (profesor v oboru filologie)

Mezinárodní redakční rada

doc. **Zoya N. Afinskaya**, CSc. (docent v oboru filologie – Moskva, Rusko)
prof. **Zohidjon M. Islamov**, Ph.D. (profesor v oboru filologie – Tashkent, Uzbekistan)
prof. **Svetlana V. Kezina**, Ph.D. (profesor v oboru filologie – Penza, Rusko)
prof. **Irina V. Moklecova**, Ph.D. (profesor v oboru filologie – Moskva, Rusko)
prof. **Vasilij V. Lipič**, Ph.D. (profesor v oboru filologie – Belgorod, Rusko)
prof. **Albina M. Sayapova**, Ph.D. (profesor v oboru filologie – Kazan, Rusko)
prof. **Elena N. Serdobinceva**, Ph.D. (profesor v oboru filologie – Penza, Rusko)

Recenzenti

Julia G. Fateeva, CSc. (kandidát věd v oboru filologie – Volgograd, Rusko)
doc. **Olga Yu. Shimanskaya**, CSc. (docent v oboru filologie – Minsk, Bělorusko)

Časopis je indexován podle:

- Research Bible (China)
- Scientific Indexing Services (USA)
- CrossRef (USA)

Impact Factor:

- Scientific Indexing Services – 0,742

ISSN 2464-6768
MK ČR E 22429

© Vědecko vydavatelské centrum
«Sociosféra-CZ», s.r.o., 2018

ISSN 2464-6768

MK ČR E 22429

Scientific and practical journal

PHILOLOGICAL KNOWLEDGES

№ 3 2018

THE FOUNDER:
The science publishing centre «Sociosphere-CZ»

Editor-in-Chief – Doctor of Philological Sciences, professor
Irina S. Karabulatova

International editorial board

Zoya N. Afinskaya, Candidate of Philological Sciences, assistant professor (Moscow, Russia)

Zohidjon M. Islamov, Doctor of Philological Sciences, professor (Tashkent, Uzbekistan)

Svetlana V. Kezina, Doctor of Philological Sciences, professor (Penza, Russia)

Irina V. Mokletsova, Doctor of Philological Sciences, professor (Moscow, Russia)

Vasiliy V. Lipich, Doctor of Philological Sciences, professor (Belgorod, Russia)

Albina M. Sayapova, Doctor of Philological Sciences, professor (Kazan, Russia)

Elena N. Serdobintseva, Doctor of Philological Sciences, professor (Penza, Russia)

Reviewers

Julia G. Fateeva, Candidate of Philological Sciences (Volgograd, Russia)

Olga Yu. Shimanskaya, Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor (Minsk, Belarus)

The journal is indexed by:

- Research Bible (China)
- Scientific Indexing Services (USA)
- CrossRef (USA)

Impact Factor:

- Scientific Indexing Services – 0,742

ISSN 2464-6768

MK ČR E 22429

© Vědecko vydavatelské centrum
«Sociosféra-CZ», s.r.o., 2018.

OBSAH

LINGVISTIKA A INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE

| | |
|--|----|
| Shymanskaya O. Y. An element in microcosm: understanding the poetic metaphor | 7 |
| Копоть Л. В. Экспрессивный синтаксис как вербальный способ конструирования гендера | 10 |
| Фатеева Ю. Г. Прагматический потенциал сравнений при создании языковой шутки | 14 |

LITERATURA A FOLKLÓR

| | |
|--|----|
| Кузьмич Н. В. Образ героя: пространственно-временная парадигма | 17 |
|--|----|

METODY VÝUKY FILOLOGICKÝCH VĚD

| | |
|--|----|
| Сальникова В. В., Закирова С. И. Специфика освоения лексики и грамматики русского языка детьми-билингвами | 20 |
| Rules for authors | 24 |
| План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Казахстана, Узбекистана и Чехии на базе Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» в 2018–2019 годах | 26 |
| Информация о научных журналах | 29 |
| Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» | 30 |

CONTENTS

LINGUISTICS AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

- Shymanskaya O. Y.**
An element in microcosm: understanding the poetic metaphor7
- Kopot' L. V.**
Expressive syntax as a verbal way of constructing gender 10
- Fateeva Yu. G.**
Pragmatic potential of comparisons in creating a language joke 14

LITERATURE AND FOLKLORE

- Kuzmich N. V.**
Image of the hero: the space-time paradigm..... 17

METHODS OF TEACHING OF PHILOLOGICAL SCIENCES

- Salnikova V. V., Zakirova S. I.**
Specificity of mastering of the vocabulary and grammar of the Russian language
by bilingual children..... 20
- Rules for authors..... 24
- Plan of the international conferences organized by Universities of Russia,
Armenia, Azerbaijan, Belarus, Bulgaria, Kazakhstan, Uzbekistan
and Czech Republic on the basis of the SPC «Sociosphere» in 2018 26
- Information about scientific journals..... 29
- Publishing services of the science publishing centre «Sociosphere» –
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» 30

UDC 81'373:811.111

AN ELEMENT IN MICROCOSM: UNDERSTANDING THE POETIC METAPHOR

O. Y. Shymanskaya

Candidate of Philological Sciences,
assistant professor,
e-mail: shimans@tut.by,
ORCID: 0000-0001-6486-3188,
Belarusian State University,
Minsk, Belarus

Abstract. The article provides the literary analysis of poetic metaphors based on the structural-logical approach with metaphor considered the result of comparing or contrasting two notions. The importance of taking into account the individual closed-circuit poetic style is highlighted. Based on Vladimir Vinogradov's grouping of symbols according to the means of their objectification, the examples of metaphors involving shifts in meaning are considered. The following cases are dealt with in detail: a symbol with an abstract meaning is included into the synonymous line with concrete meaning; an abstract symbol acquires concrete meaning due to the collocation with a concrete verb or noun; an abstract symbol acquires concrete meaning due to the usage of prepositions of location, often together with verb collocation. All theses are illustrated by authentic literary and poetry quotes. **Keywords:** metaphor; poetic metaphor; semiotics; literary criticism; simile; symbol; metonymy; metaphonymy.

The poetic metaphor is so multifaceted that attempts to classify it quite often cause a range of difficulties. There are different classifications of metaphor depending on the basis of grouping metaphorical units. In this article we will consider some features of the poetic metaphor using the methodology of contemporary linguists and literary critics [1; 2; 4; 5] and illustrative material from the Metaphors Dictionary [3].

According to the mechanism of metaphorisation (property) both poetic and language metaphors are characterized by the transferring: from a physical characteristics to a psychological one, from a concrete quality to an abstract one, from an inanimate object's characteristic to an animate's one or vice versa – from an animate to inanimate (personification): *His heart's a rock, a metronome, a clock, a foghorn drone of murder* (J. Harrison). *Men's evil manners live in brass; their virtues we write in water* (W. Shakespeare). *The sea's white claws still*

flung their eight fathoms to have my blood (R. P. Warren).

According to the novelty and surprise effect of comparison (contrast) poetic metaphors can be defined as dead metaphors and live (original) ones. According to morphological representation, there are noun (nominative), verb, adjective and adverbial metaphors.

Depending on the correlation of the key components of the metaphor: source domain, target domain and reasoning (mapping, image schemas). This can be considered structural-logical and cognitive approach. The structural-logical approach manifests four groups of metaphors: the source is the target, the source replaces the target, something makes the target the source, the target itself turns into the source. The idea of understanding one idea in terms of another was well worked out by George Lakoff and Mark Johnson in *Metaphors We Live By* [2]. But if we compare their theory to earlier ideas and works of semiotic schools, and even more –

ancient works on metaphor – we will see, that it is just the focus of qualifying the metaphor has shifted from describing what it is used to define to how actually the process of deciphering metaphor goes. Contemporary research goes even further stating that cognitive models in language (target – domain models) can correlate with neural mappings in the brain which actually is another example of cognitive metaphor proving the tendency of humans to deal with the unknown in terms of well-known, subject matters.

The study of poetry is quite a challenging process, mostly due to the difficulties caused by specificity of each poet's individual style as a closed circuit of linguistic means [4, p. 369]. A critic's representation of a poets' works is supposed to be "precise and creative at the same time, ... a critic, being a scientist, is still a poet" [5, p. 551].

Vladimir Vinogradov pays attention to the antinomy of the contemporary literary criticism and scientific approach to literature facts. He claims that "every classification is static, it is only coexisting elements that can be classified" [4, p. 370], thus poetry should be relieved from its mechanical attachment to different traditions and should be neither explained nor judged within them. Linguistic study of contemporary poetry should begin with an intensive analysis of the individual closed-circuit system of linguistic means.

It is considered, that to analyse the individual closed-circuit poetic style, Ferdinand de Saussure's principle can be adjusted: the language is the system, all parts of which must be considered in their synchronous connection. For the contemporary literary criticism, it is "much more valuable to thoroughly study one element in an individual microcosm, than leaping around the whole poetics of the contemporary author" [4, p. 370].

Dealing with metaphorical meanings in poetry, Vladimir Vinogradov claims that it is the context that initiates the search of metaphorical meaning in phrases and outside events as they are "attached to emotion symbols" [4, p. 406]. The scientist considers that the aim of a simile is to create new semantic nuances around the whole system of the sentence. That is why the feeling of novelty of

the unusual and unexpected naming of a thing with another thing's name is particular for the figure of speech. And the next step is the search for "an excuse" [4, p. 409] – the explanation of the similarity of the two things involved in the figure.

The similes, in their turn, especially those involving phrasal parallelism, can merge with the primary flow of speech (in the dynamic course of speech) thus creating metaphors. In this relation, Vladimir Vinogradov enumerates such notions as "playing metaphorical riddles" and "revitalizing (raising) the dead metaphor" as well as claims that a metaphor reflects "an individual's creative approach to subjective contemplation of poetical visions" [4, p. 422–427].

Describing the process of metaphorisation based on comparison, the scientist pays attention to the adverb as a specific form of "prefixation" of qualifiers or actions. The adverb can create complex namings of adjectives and adverbs with contrast-neutralising or inter-tension relationship of the components, as well as it can bring in unexpected emotional nuances into a verb action representation. In the following lines the adverb brings in an unexpected nuance to the verb action: *Where thoughts serenely sweet express, how pure, how dear their dwelling place (G. Byron). Learning sleeps and snores in libraries, but wisdom is everywhere, wide awake, on tiptoes (J. Billings).*

As for semantic variation of habitual symbols, Vladimir Vinogradov manifests four groups of symbols according to the means of their objectification [2, p. 401]. The first case is when a symbol with an abstract meaning is included into the synonymous line with concrete meaning: *The child's toys and the old man's reasons are the fruits of the two seasons (W. Blake). How dull it is to pause, to make an end, to rust unburnished, not to shine in use, as though to breathe were life! (Lord A. Tennyson).* In the last example, the first two verbs – to pause, to make an end – are used in direct meaning, while the last two – in figurative meaning.

The second group of metaphors appears when an abstract symbol acquires concrete meaning due to the collocation with a con-

crete verb or noun: *Some beams of Wit on other souls may fall (J. Dryden). Tyrants fall in every foe! Liberty's in every blow! (R. Burns). My heart's in the Highlands chasing the deer (R. Burns).* In this example we witness a metaphor based on personification. Moreover, it is not a simple metaphor, but so called metaphonymy [1] as it represents a merger of a metaphor (heart is a hunter) and a metonymy (heart as a part (organ) representing the whole person), at the same time, as metaphonymies usually do, this one involves a symbolic meaning with interwoven metaphoric and metonymy references – the heart is the symbol of emotions, a container of emotions.

And finally, the third group is that where an abstract symbol acquires concrete meaning due to the usage of prepositions of location, often together with verb collocation. A combination of emotion symbols with the names of their bearers due to location prepositions in the following excerpts: *Each day the trumpet soundeth in my ear, It's echo in my heart (G. Byron). O! Too much folly is it, .. To hazard all our lives in one small boat (W. Shakespeare).* The last example also applies a metaphonymy: metaphor of putting lives (abstract notion) into a concrete container (boat) merges with a metonymy – lives here mean people.

So, as we can see, each metaphor in poetry manifests a certain structure, one part of which is represented in word-image which can be a word-long or make up a whole phrase. Poetic metaphor, in contrast to the language metaphor, is rarely represented by

one word as the explicit existence of two objects – source and target – are necessary to create a novel image based on an unexpected comparison. Thus, a poetic metaphor usually emerges and is interpreted in a sort of individual microcosm involving a poet's personal vision of reality and linguistic means of its exteriorization.

Bibliography

1. Goossens L. Metaphonymy: The Interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action / L. Goossens // *Cognitive Linguistics*. – Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1990. – № 1. – P. 323–342.
2. Lakoff G., and M. Johnson. *Metaphors we live by*. – University of Chicago Press, 2003.
3. *Metaphors Dictionary* / Ed. by E. Sommer, D. Weiss. – Detroit: Visible Ink Press, 1996.
4. Виноградов В. В. *Избранные труды. Поэтика русской литературы*. – М., 1976.
5. *Семиотика* / под ред. Ю. Степанова. – М., 1983.

Bibliography

1. Goossens L. Metaphonymy: The Interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action // *Cognitive Linguistics*. – Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1990. – № 1. – P. 323–342.
2. Lakoff G., and M. Johnson. *Metaphors we live by*. – University of Chicago Press, 2003.
3. *Metaphors Dictionary* / Ed. by E. Sommer, D. Weiss. – Detroit: Visible Ink Press, 1996.
4. Vinogradov V. V. *Izbrannye trudy. Poetika russkoj literatury*. – М., 1976.
5. *Semiotika* / pod red. Yu. Stepanova. – М., 1983.

© Shymanskaya O. Y., 2018.

ЭКСПРЕССИВНЫЙ СИНТАКСИС КАК ВЕРБАЛЬНЫЙ СПОСОБ КОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНДЕРА

Л. В. Копоть

*Кандидат философских наук, доцент,
e-mail: kopot79@mail.ru,
ORCID 0000-0002-2501-4762,
Адыгейский государственный университет,
г. Майкоп, Республика Адыгея, Россия*

EXPRESSIVE SYNTAX AS A VERBAL WAY OF CONSTRUCTING GENDER

L. V. Kopot'

*Candidate of Philosophy, assistant professor,
e-mail: kopot79@mail.ru,
ORCID 0000-0002-2501-4762,
Adyghe State University,
Maikop, Republic of Adygea, Russia*

Abstract. The methods of expressive syntax in advertising texts of perfumery products are analyzed. The specificity of this segment of the advertising discourse is noted, which consists in choosing verbal linguistic devices determined by gender addressing. Features of the same techniques with reference to "female" and "male" advertising are identified. The relevance of the research is predetermined by a relatively new approach to the analysis of the intensively developing advertising discourse from the perspective of gender linguistics. The study proves the fact that linguistic means serve as the translation and consolidation of gender stereotypes, traditionally established in the society and actively explicitly or implicitly introduced into communication.

Keywords: expressive syntax; advertising discourse; gender; verbal method.

Рекламный дискурс, интенсивно развивающийся, активно отражающий изменения в обществе и языке, «один из самых влиятельных типов дискурса» [2, с. 61], представляет интерес с позиции анализа вербальных и невербальных средств, способствующих трансляции традиционно бинарных гендерных отношений, их конструированию и воспроизводству.

Согласно сложившейся в отечественной и западной лингвистике практике гендер (от лат. *genus* «род») рассматривается как социальный объект, поддерживаемый общественными институтами и культурными традициями [Городникова М. Д., 1999; Горошко Е. И., 1999; Кирилина А. В., 2000; Букина Е. И., 2013]. В связи с этим языковые средства являются орудием воспроизведения и закрепления гендерных стереотипов через общественные дискурсивные практики [2, с. 61].

Специфика рекламных слоганов парфюмерной продукции достаточно ярко представлена на синтаксическом уровне, поскольку максимальным образом позво-

ляет реализовать стратегию, направленную на привлечение внимания адресата и попытки сблизиться с ним, создать интимную обстановку, в которой ведущая роль закрепляется за эмоциональной стороной в процессе коммуникации. Прагматика рекламных текстов как эксплицитно, так и имплицитно адресована целевой аудитории, представляющей собой мужчин и женщин, нормы, ценности, культурные идеалы которых по-разному презентуются в рекламных текстах.

Отметим, что анализ многочисленного материала парфюмерной рекламной продукции свидетельствует о значительном преимуществе «женской» рекламы парфюма, нежели «мужской», что в очередной раз подтверждает стереотип о том, что женщины в большей мере склонны уделять внимание внешности, имиджу, впечатлению. Хотя справедливости ради надо отметить и тот факт, что маркетологи парфюмерной продукции учли не только гендерный, но и демографический факт. По данным Росстата, женское насе-

ление России значительно превышает мужское (67,9 млн. мужчин и 78,6 млн. женщин) [5].

Показательно, что синтаксические особенности построения рекламного текста направлены на установление личного контакта с адресатом в целях создания эффективного диалога, в котором адресат/говорящий равны, совершенно отсутствует социальная иерархия. Потенциальный потребитель парфюмерной продукции – женщина, которой просто необходимо приобрести данный товар, чтобы стать лучше, самой собой, чувственнее, любимее и т. д. Поэтому копирайтеры используют различный набор вербальных конструкций, воздействуя на сознание потребителя.

В рассматриваемом материале обращаем внимание на употребление ты-формы обращения, которая словно стирает грань между адресатом и героями роликов, известными актрисами, моделями, спортсменами.

Твой уголок спокойствия в безумном мире // Твоя главная роль – восхищать!

Наличие вопросительных предложений в рекламных текстах позволяет обратиться к целевой аудитории, некоторым образом спровоцировать свой выбор.

Ты изменил чей-то мир?

Короткий риторический вопрос, по своей сути глобального характера, эксплицитно (при помощи категории числа и рода) и имплицитно ориентирован на мужскую аудиторию. Рекламисты в данном случае реализуют стереотип, согласно которому женщина может задавать вопросы пустые, несущественные, в то время как за мужчиной традиционно закреплено в обществе мнение о них как настоящих ученых, мыслителях, думающих личностях, решающих проблемы глобального характера.

Сравним широко используемый прием вопросно-ответной формы в рекламных текстах, адресованных женщинам, который демонстрирует дружелюбие, душевные беседы с близким человеком. Подобная конструкция возбуждает интерес адресата-женщины при помощи ритори-

ческого вопроса. Она же и дает «готовый» ответ, тем самым позволяя удержать внимание адресата и облегчить задачу: не предлагать свое решение.

Сумасшедшие наряды, смешение красок и стилей – Ваше кредо? Порадуйте себя радостным беззаботным ароматом, таким, как туалетная вода ...

В данном случае налицо реализация «женского» стереотипа: женщина не умеет думать, поэтому необходимо предложить вариант ответа за нее.

Для привлечения внимания потенциального потребителя слоган может иметь вид парцелированного сложноподчиненного предложения, придаточная часть которого вынесена в препозитивную, «сильную» часть текста: *Когда океан встречается с небом*

Отметим, что парцелированные конструкции встречаются в рекламе парфюма как для мужчин, так и для женщин, однако набор лексем-концептов *океан, небо* безошибочно позволяет определить, что данный пример адресован мужской аудитории. Сравни пример парцелированной конструкции, созданной для привлечения внимания адресата-женщины копирайтерами, которые вынесли за пределы сложного предложения его компоненты, при этом парцелированная конструкция эмоционально подчеркивает фрагменты одного синтаксического целого:

«Always AVON». Не бойтесь сказать вслух о чувстве, которое переполняет Вас. О той страсти, которая наделяет свободой. О том, что продолжает сиять, когда все остальное меркнет. О той бесконечной любви, которая приходит однажды... и остается в сердце навсегда.

Парцелляция широко применяется и в составе менее сложных текстов, простых предложений. Например: *Жить. Любить. Сейчас.*

Реклама ароматов отличается активным использованием восклицательных предложений, которые передают положительные эмоции: счастье, радость, восхищение. По мнению Н. Л. Пушкаревой, известного исследователя в области гендерной лингвистики, женщины чаще исполь-

зуют инверсии, строят вопросительные и восклицательные предложения, для них характерны развернутые экспрессивные предложения. Отдельные тексты мужчин лаконичны, предметны и менее динамичны [7, с. 32].

Их наличие в текстах служит неким кодом, тайным сигналом, призывом к действию. Показательно, что данный прием усиливается за счет активного употребления глаголов в повелительном наклонении: **выбери, раскрась, покорись, выгляди, будь, ощути, следуй, цените. Выбери лучший для себя! // Покорись своим чувствам! // Раскрась свою жизнь новыми красками!**

В качестве рекламных слоганов парфюмерной продукции авторы текстов используют краткие по форме, но емкие по смыслу прямые призывы к освобождению от внутренних запретов, свободе, взрыву эмоций.

Будь желанным. Будь собой // Выгляди по-лондонски

Отметим в данных примерах не только мощное воздействие на адресата, но и реализацию общеизвестного стереотипа о том, что мужчины любят повелевать (если предположить, что копирайтер-мужчина).

Ряды однородных членов позволяют авторам текста сублимировать прагматический эффект, поскольку многообразие положительных женских качеств делает данный парфюмерный продукт более привлекательным в глазах потенциальных потребителей.

Аромат для настоящей горожанки, озорной и сексуальной. Его призвание в том, чтобы в городской суматохе выделить и возвысить свою обладательницу...

Рекламисты, стремящиеся продвинуть свой товар любым способом, применяют и синтаксический параллелизм при создании вербальной части продукта. Однотипно представленные части текста одновременно усиливает и прием градации, а также привносит определенную долю юмора в текст, реализуя стереотип о том, что женщины не только любят ушами, но и носом, зачастую реагируя на запах

партнера: **Не путай запах. Иди на запах. Ползи на запах**

Как известно, продолжительность рекламного текста серьезно ограничена рамками эфирного времени, поэтому лаконизм – важнейшее условие эффективности рекламы. Кроме того, наличие простых предложений придает текстам динамику, экспрессию, что существенно упрощает восприятие текста адресатом. В этом отношении слоганы известных ароматов весьма кратки. Обеспечивает эту краткость применение односоставных предложений, безличных, инфинитивных, определенно-личных. *Не для всех // Быть и казаться*

В рекламе парфюма можно часто встретить назывные предложения, которые утверждают наличие предмета или явления. Они незаменимы благодаря своей выразительной емкости. А использование согласованных и несогласованных определений в составе назывных предложений позволяет создать незабываемый по силе эмоций слоган-метафору, воздействующих на гендерно ориентированного адресата: на одних произведет впечатление *сияющая чувственность*, на других – *воплощение силы*. Например: *Властное притяжение // Воплощение силы*

Наличие анафорических элементов в начале каждого предложения служит авторской идее и указывает на характеристику товара. При этом ассоциативно благодаря анафоре возможно проследить причинно-следственные связи: приобретение продукции повлечет изменения в привычном укладе жизни. Знание женской психологии позволяет копирайтерам таким образом презентовать товар. Реализуется известный стереотип: новая прическа – новая жизнь. **Новый аромат. Новое путешествие.**

В рекламе парфюма как мужского, так и женского, присутствуют сложные предложения, позволяющие более развернуто выразить основную идею продаваемого образа. Хотя они менее частотны в силу того, что более сложны для запоминания и воспроизведения.

Кроме того, принято считать, что женщины менее склонны воспринимать сложно оформленную подачу информации, нежели мужчины. Исследования в этом направлении Е. И. Горошко продемонстрировали, что мужской речи, в сравнении с женской, присуща следующая специфика: мужчины чаще используют подчинительную, а не сочинительную связь; реже используют неполные предложения и эллиптические конструкции; обратный порядок слов также менее свойственен мужской письменной речи [Цит. по Богачева: 46]. *Что будет дальше, зависит только от тебя // Для зверя, который таится в Вас*

Наличие бессоюзных сложных предложений в сопровождении графического шрифта способствуют концентрации смысла.

*ЖИЗНЬ ПОЛНА ТАЙН И ЗАГАДОК:
раскройте ее главную интригу*

Нередко вербальная часть состоит из двух предложений, представляющих собой текст, при их помощи происходит развитие события. По нашим данным, в рекламе, ориентированной на мужчин как целевую аудиторию, предложения по синтаксическому воплощению более сложные, что связано со спецификой мужской психологии:

*Ты – воплощение силы. Твой аромат –
ее отражение*

*Есть женщины, что увлекают на
мгновение. Другие остаются в сердце
навсегда*

Таким образом, можно отметить, что в процессе анализа текстов парфюмерной продукции выявили преимущественно эмоциональную аргументацию, обусловленную гендерной интенцией адресата и конструируемую средствами экспрессивного синтаксиса.

Библиографический список

1. Богачева М. В. Специфика гендерной дифференциации языковых средств. – Днепропетровск, 2008. – С. 43–49.
2. Букина Е. И. Гендерные стереотипы в языке и дискурсе // Учен. Зап. ЗабГГПУ. – 2013. – № 2(49). – С. 61–65.
3. Городникова М. Д. Гендерный фактор и распределение социальных ролей в современном обществе // Гендерный фактор в языке и коммуникации. – Иваново, 1999. – С. 23–27.
4. Горошко Е. И. Особенности мужского и женского стиля письма // Гендерный фактор в языке и коммуникации. Сборник научных трудов, МГЛУ, выпуск 446. – М., 1999. – С. 44–60.
5. Женщины и мужчины России. Гендерная статистика [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.gks.ru> (22.07.2018).
6. Кирилина А. В. Гендерные аспекты языка и коммуникации. – Дисс.док. филол. наук. – М., 2000. – 330 с.
7. Пушкарева Н. Л. Гендерная лингвистика и исторические науки // Этнографическое обозрение. – 2001. – № 2. – С. 31–40.

Bibliograficheskiy spisok

1. Bogacheva M. V. Specifika gendernoj differenciacii yazykovykh sredstv. – Dnepropetrovsk, 2008. – S. 43–49.
2. Bukina E. I. Gendernye stereotipy v yazyke i diskurse // Uchen. Zap. ZabGGPU. – 2013. – № 2(49). – S. 61–65.
3. Gorodnikova M. D. Gendernyj faktor i raspredelenie socialnyh rolej v sovremennom obshestve // Gendernyj faktor v yazyke i kommunikacii. – Ivanovo, 1999. – S. 23–27.
4. Goroshko E. I. Osobennosti muzhskogo i zhenskogo stilya pisma // Gendernyj faktor v yazyke i kommunikacii. Sbornik nauchnyh trudov, MGLU, vypusk 446. – M., 1999. – S. 44–60.
5. Zhenshiny i muzhchiny Rossii. Gendernaya statistika [Elektronnyj resurs] /Rezhim dostupa: <http://www.gks.ru> (22.07.2018).
6. Kirilina A. V. Gendernye aspekty yazyka i kommunikacii. – Diss.dok. filol. nauk. – M., 2000. – 330 s.
7. Pushkareva N. L. Gendernaya lingvistika i istoricheskie nauki // Etnograficheskoe obozrenie. – 2001. – № 2. – S. 31–40.

© Копоть Л. В., 2018.

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СРАВНЕНИЙ ПРИ СОЗДАНИИ ЯЗЫКОВОЙ ШУТКИ

Ю. Г. Фатеева

*Кандидат филологических наук, доцент,
e-mail: fatjg@mail.ru,
Волгоградский государственный
медицинский университет,
г. Волгоград, Россия*

PRAGMATIC POTENTIAL OF COMPARISONS IN CREATING A LANGUAGE JOKE

Yu. G. Fateeva

*Candidate of Philological Sciences,
assistant professor,
e-mail: fatjg@mail.ru,
Volgograd State Medical University,
Volgograd, Russia*

Abstract. The article considers the pragmatic aspect of using the comparison technique in creating a joke. The material of the study is the phraseological units used to create a humorous expression in works on medicine. When creating a text, the writer compares it with other objects that are familiar and understandable to the addressee. The purpose of such a comparison is the specification of the described object, the refinement of its characteristics without resorting to descriptive means of language. Thus, with the help of comparisons, the text becomes more expressive, the author's ideas are more understandable. Often comparisons create a certain emotional background, express the author's position.

Keywords: pragmatics, comparison, artistic text, medical humor, phraseology, stylistic device, transformation of phraseology, language game.

Сравнение – это одно из средств художественной выразительности, широко применяемых в публицистике и художественной литературе. Существует ряд определений данного языкового явления, например, А. И. Ефимов считает сравнением сопоставление описываемых лиц, характеров, событий, картин с образами, хорошо знакомыми читателю. [1, с. 224]. С одной стороны, такое описание через другой предмет, имеющий очевидные для автора сходства с объектом описания, изображаемое как бы конкретизируется, с другой – каждое сравнение наделено определенным прагматическим значением: через него автор осуществляет своеобразный контакт с читателем, раскрывает свои подлинные ценности и пр. К тому же нередко оно является «приемом композиционным или служит основой для развертывания образа» [5, с. 351].

Классификация сравнений – вопрос до конца не проясненный, несмотря на дол-

гую историю их изучения. Так, например, традиционно принято делить указанный троп на сравнения конкретные, точные и оценочные (Ю. Степанов, в частности, делит сравнения на индивидуальные и общепринятые, устойчивые). В основе данного деления на группы лежит наличие или отсутствие оценочной составляющей. Так, в первой группе отсутствуют эти самые элементы, соответственно, лексика, используемая для их создания, располагается в нейтральном пласте языка. Сравнения второй группы имеют определенную стилистическую «привязку». По структуре сравнения могут быть простыми, односложными, и развернутыми. Нередко сравнения переходят в высказывание с метафорическим значением.

Н. П. Потоцкая, например, в группе нейтральных сравнений отмечает их точность, тесную связь с объективными признаками. Основная цель таких сравнений – дать более детальную характери-

стику объекта в таком случае и объект сравнения, и само слово-«сравнитель» относятся к одной смысловой группе: так, явления природы сопоставляются с похожим явлением, предмет с другим предметом и т. д. Исследователь отмечает, что подобное сравнение может переходить в разряд оценочных, исключая естественный путь, при котором используется оценочная лексика, в том случае, если само сопоставление несет в себе дополнительную смысловую нагрузку.

Среди последних, стилистически окрашенных фразеологизмов, также можно выделить определенные группы: нормативные, зафиксированные в словарях, и индивидуально-авторские, созданные и «живущие» в конкретном контексте. Именно последние, на наш взгляд, представляют наибольший интерес для исследователя, т. к. их порождение всегда обусловлено ярко выраженной прагматической целью. В нашей работе мы приведем несколько таких сравнений, основная цель которых – создание юмористического высказывания. Материалом исследования послужили произведения о медицине, точнее о буднях российских врачей.

Отметим, что как инструмент сравнения часто выступают фразеологизмы, а для создания индивидуально-авторских сравнений идиомы часто подвергаются различного рода трансформации. Например, необычное обыгрывание сравнений, заключенном во ФЕ, содержит следующее высказывание: «...настоящая эндогенная депрессия столь же похожа на те переживания и душевные терзания, которые читатель попытается себе представить, как кенгуру на тушканчика» [2, с. 339]. Традиционная идиома «похожа, как свинья на ежа» в тексте М. Малявина наполняется экзотическим сравнением кенгуру и тушканчика, при этом русский читатель в состоянии представить разницу размеров указанных животных и затем перенести результаты этого сравнения на степень «душевных переживаний» при указанных заболеваниях.

Обыгрывание сравнений, содержащих в себе ФЕ или уточняющих значение ис-

ходного фразеологизма, часто приводит к созданию комического эффекта всего высказывания, как, например, у В. Найдина: «Всегда был очень устойчивым. И в самолетах-вертолетах, и в танках, и в бронемашинах. А сейчас кружусь, как нежная барышня в вальсе или алкаш с перепоя» [3, с. 173]. Проблема героя истории В. Найдина состоит в том, что он не испытывает прежней силы, что периодически состояние здоровья не позволяет вести себя как в молодости, но примечательны языковые способы описания этого: свою нынешнюю слабость герой описывает с помощью сравнений, первое из которых, «кружусь, как нежная барышня», наиболее ярко показывает отношение героя к своему состоянию. Сравнение с нежной барышней (устаревшее наименование в данном случае подчеркивает ненормальность происходящего) в сочетании с рассказами о бурном военном прошлом (самолеты-вертолеты, танки и т. д.) представляет собой контраст, противопоставление, на основе которой и создается юмористический эффект. Второй фразеологизм-сравнение «как алкаш с перепоя» более брутальный и соответствует речи бывшего военного, потому он не обладает такой выраженной и сильной эмоциональностью, как первое сравнение.

Идиомы со значение абсолютного здоровья в русском языке представлены несколькими единицами: «здоров как бык», «здоров как конь»; в творчестве М. Малявина последний вариант подвергается оживлению: ««Кто болен? Я болен? Да я здоров, как этот... как его... конь Македонского-то... а, Имбецил, во! Да я хоть завтра на работу устроюсь – сразу директором!» – восклицает герой-пациент [2, с. 194]. В основе шутки сложный механизм ее создания: так, исходный фразеологизм имеет значение 'физическое здоровье', т. к. и бык, и конь по сравнению с человеком имеют больше именно физической силы, но в данном контексте речь идет о психическом здоровье, однако пациент не берет во внимание этот факт. Далее первоначальный фразеологизм уточняется тем, какой именно конь явля-

ется признаком (символом) здоровья пациента: конь Македонского, что, в свою очередь, также является языковой игрой. Так, словосочетание «парнокопытное животное + фамилия исторического лица» в русском языке соответствует ФЕ «лошадь Пржевальского», однако пациент «выбирает» другого хозяина для коня, личность более яркую, что укладывается в общее маниакальное состояние больного. В заключение языковой шутки используется такой прием каламбура как паронимия, в результате которой Буцефал заменяется созвучным психиатрическим термином «имбецил», означающим среднюю степень слабоумия. Отметим, что данное слово в русском языке нередко используется как ругательство в отношении к человеку, ведущим себя неадекватно, глупо.

Даже те немногие примеры, которые мы привели в данной статье, свидетельствуют, как мы полагаем, о неограниченных возможностях использования фразеологизмов при создании стилистически окрашенных сравнений. Цель же такой работы с лексическими единицами, создание языковой шутки, позволяет авторам

трансформировать исходные единицы довольно свободно.

Библиографический список

1. Ефимов А. И. Стилистика художественной речи. – М. : МГУ, 1961. – 508 с.
2. Малявин М. Психиатрию – народу! Доктору – коньяк! – М. : Астрель, 2012. – 416 с.
3. Найдин В. Реанимация. Записки врача. – М. : Эксмо, 2011. – 256 с.
4. Потоцкая Н. П. Стилистика современного французского языка. – М. : Просвещение, 1974. – 356 с.
5. Хованская З. И. Стилистика французского языка. – М. : Высшая школа, 1984. – 344 с.

Bibliograficheskiy spisok

1. Efimov A. I. Stilistika hudozhestvennoj rechi. – М. : MGU, 1961. – 508 s.
2. Malyavin M. Psihiatriyu – narodu! Doktoru – konyak! – М. : Astrel, 2012. – 416 s.
3. Najdin V. Reanimaciya. Zapiski vracha. – М. : Eksmo, 2011. – 256 s.
4. Potockaya N. P. Stilistika sovremennogo francuzskogo yazyka. – М. : Prosveshenie, 1974. – 356 s.
5. Novanskaya Z. I. Stilistika francuzskogo yazyka. – М. : Vys-shaya shkola, 1984. – 344 s.

© Фатеева Ю. Г., 2018.

УДК 821.161.3.09(092)

ОБРАЗ ГЕРОЯ: ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА

Н. В. Кузьмич

*Кандидат филологических наук, доцент,
ORCID 0000-0002-5834-0687,
e-mail: kuzmich_nv@mail.ru,
Белорусский государственный университет,
г. Минск, Беларусь*

IMAGE OF THE HERO: THE SPACE-TIME PARADIGM

N. V. Kuzmich

*Candidate of Philological Sciences,
assistant professor,
ORCID 0000-0002-5834-0687,
e-mail: kuzmich_nv@mail.ru,
Belarusian State University,
Minsk, Belarus*

Abstract. This article discusses the features of space and temporal construction of the stories of the Belarusian writer Vladimir Stepan. The study touches on the formal and substantial aspects of the works.

Keywords: story; space; time; the image of the hero.

Давая жизнь своему герою в том или ином произведении, писатель вводит его в сложную систему пространственно-временных координат. Можно сказать, открывает ворота, ведущие в некую коллизию, где переплетается многообразие загадочных и тонких связей и отношений, которые должны обрести ясность и завершенность в соответствии с творческим замыслом. Это дает основание полагать, что пространственно-временная конструкция играет важную роль в организации произведения, определяет место героя, обуславливает его поступки и дела в ходе развития и разрешения конфликта.

В рассказах белорусского писателя Владимира Степана (Степаненко) система пространственно-временных координат прозрачная, в ней четко очерчены интенсивность и направленность действий героев, их взаимные отношения и связи, со-

ставляющие основу коллизии. В каждом конкретном случае эта система достаточна по своей организационно-функциональной значимости для того, чтобы герои в полной мере проявили себя, раскрыли свой морально-этический облик и добились своих целей. Пространственно-временная структура выстраивается таким образом, что складывается ощущение полноты объема, протяженности и замкнутости в пределах произведения как единого целого. Анализируя рассказы данного автора, легко представить, как, сообразуясь с особенностями сюжета, образуются пространственно-временные линии, в которых заключены отправная и конечная точки действия.

Своеобразная функционально-содержательная система пространственно-временных координат прослеживается в рассказе «Штурман»; здесь она как бы

членился на фрагменты, которые наслаиваются и пересекаются, образуя оригинальную конфигурацию сюжетно-композиционного построения. Это обусловлено событиями в судьбе героя произведения Сергея, в которой переплелись неожиданные встречи и возвращения, несущие глубокие чувства обретений и утрат. Сергей – дитя скоропалительной любви Штурмана, приехавшего на несколько дней из города Мурманска, и Любки, умершей сразу после родов, – решает найти отца, которого ни разу в жизни не видел. Уже тридцатипятилетним мужчиной после долгих мучительных раздумий он едет в Мурманск. Стремление к цели – свидеться с отцом – сопряжено с душевными тревогами, усиливающимися от того, что их разделяет не только неизвестность, но и огромное расстояние и время. Писатель вводит Сергея в сложный лабиринт различных обстоятельств. В развитие и обогащение сюжета даются бытовые детали и подробности, раскрывающие не только внутренний мир героя; они позволяют воспринимать пространственно-временной контекст как цепочку подлинных явлений, снимая ощущение удаленности и разъединения героев. Несмотря на кажущуюся внешне громоздкую пространственно-временную конструкцию, рассказ в своей художественно-эстетической сути ясен и прозрачен. Линии действия героев, порой весьма отдаленные одна от другой, тем не менее постепенно сближаются логикой развития характеров. Чувствуется, что в пространственной среде они должны сойтись, весь вопрос во времени. Автор сжимает и наслаивает параметры времени так, что ощущение встречи неизбежно; она происходит как знак того, что родственные судьбы обязательно соединятся. В системе пространственно-временных координат, которую выстроил писатель, поиному не может быть, ибо разрушаются целостность рассказа и его художественный замысел. Сын и отец встретились, проговорили два дня и две ночи. «Они были похожи. Только старший совсем се-

дой... а вот глаза у обоих были серые... Как мокрый лед» [1, с. 101].

Особенность пространственно-временной конструкции в рассказе «Ключ» состоит в том, что на реальные события накладывается ретроспекция; события крепко соединены творческим мышлением, представляя собой художественную идиому. Развертывание сюжетного действия плавное; оно дает герою возможность пристально всмотреться в прошлое, неторопливо поразмышлять о сегодняшнем, заглянуть в завтрашний день. Пожилой мужчина, приехавший из города поздней осенью в родительский дом в «выселенную, брошенную жителями деревню» [1, с. 27], в своих воспоминаниях словно поднимает занавес над тайнами давно минувших дней. Время сузилось до событий прошлого, пространство будто сомкнулось в пределах старенького родительского дома, где уже давно никто не живет. Здесь в данный момент уютно. Здесь, в родительском доме, который был на год старше его, он чувствовал себя защищенным, уверенным, а поэтому спокойным. Но существует реальность, от которой не уйти. Она сурово надвигается на героя, человека в годах, своей неотвратимостью. Ему удобнее жить прошлым, нежели смотреть в будущее. Он всем существом чувствует эту острую до боли в сердце пространственно-временную грань, разделившую его жизнь на две части. Что делать? В прошлое – нельзя, в завтра – страшно, ведь там его ждет неизбежная операция, результат которой непредсказуем. «...и дом без хозяина, без него ограбят, искалечат, разрушат, растащат» [1, с. 28]. Но поставить точку – сжечь родительский дом – он так и не смог; не смог бросить зажженную спичку, хотя уже облил заготовленным керосином дверь, стены, дрова. И только после операции, в больничной палате, где восприятие пространства и времени свелось к одной точке, он осознал реальность того, что случилось в родительском доме.

В рассказе «Два часа» линейный принцип развития действия, оно развер-

тывается стремительно. Поселковому парню Шурке, невысокому, сильному, цепкому, быстрому в движениях, надо выпить. Именно сейчас, любой ценой, чтобы заглушить боль в душе. Он, не спавший сорок девять часов, смертельно устал, видя страдания отца, прикованного болезнью к постели. Не имея в кармане ни гроша, Шурка ищет знакомых. Встречается Кирилл, его должник. Вместе они долго и безрезультатно пытаются найти деньги на бутылку водки. Пространственно-временная конструкция в рассказе не осложнена какими-либо резкими движениями в истории героев. Она проста в своей функциональности, но от этого не становится скучной и примитивной. Каждому герою автор отводит свое место в сюжетно-композиционном построении, именно с этой конкретной позиции он лучше заметен и реалистичен в своих действиях, на каждое из которых отводится логически обоснованное время. Большой или меньший временной отрезок для протекания событий мог бы исказить правду образов, стать поводом для нарушения художественной целостности всего произведения. Только в два часа – не больше и не меньше – вместились события в рассказе. Именно за два часа, которые Шурка провел в поселке в поисках выпивки, умер в своей квартире его больной отец. Возвратившись домой, Шурка, удивленный непривычной тишиной, все понял и вздохнул с облегчением. «Когда засыпал, то пробовал высчитать хотя бы приблизительно, где был он, когда умер отец» [1, с. 37].

Своя пространственно-временная парадигма в каждом рассказе Владимира Степана. Оригинальностью выделяется она в таких произведениях, как «Портрет», «Любовь», «На улице Школьной»,

«Черный кондуит», неся на себе отличительные признаки особенности художественного мышления автора, из которых основные – это лаконизм фразы, ее ритмика, строгая линия сюжета, подтекстовость; эмоциональный фон, как правило, сдержан. Стоит отметить, автор не ищет своих героев, они будто сами приходят в произведение из художественной мастерской и гимназического класса, из городской подворотни и с деревенской улицы такими, какие есть, обогащая представления читателя о человеке, его духовном мире и нравственных идеалах; выдумать таких героев, не зная жизни в ее многих проявлениях, просто невозможно.

Таким образом, система пространственно-временных координат выступает своеобразной субстанцией для организации и построения художественного произведения, является в определенной мере доминантным элементом воплощения формы в единстве с содержанием. Указанная система определяет условия, при которых целесообразность действий и мотивированность поступков героя обретают стройность, последовательность и завершенность в своем развитии, где всему есть своя конкретная пространственная среда и время в единой структуре целостности произведения.

Библиографический список

1. Сцяпан У. А. Адна капейка: кніга прозы. Мінск : Літаратура і мастацтва, 2012. – 224 с.

Bibliograficheski spisok

1. Scyapan U. A. Adna kapejka: kniga prozy. Minsk : Litaratura i mastactva, 2012. – 224 s.

© Кузьмич Н. В., 2018.

УДК 81'42

**СПЕЦИФИКА ОСВОЕНИЯ ЛЕКСИКИ И ГРАММАТИКИ РУССКОГО ЯЗЫКА
ДЕТЬМИ-БИЛИНГВАМИ**

**В. В. Сальникова
С. И. Закирова**

*Доктор филологических наук, профессор,
e-mail: salnikova.v.v@gmail.com,
ORCID 0000-0001-5678-7189,
студентка,
e-mail: s.zackirova2013@yandex.ru,
ORCID 0000-0002-0951-2665,
Бирский филиал,
Башкирский государственный университет
г. Бирск, Республика Башкортостан, Россия*

**SPECIFICITY OF MASTERING OF THE VOCABULARY
AND GRAMMAR OF THE RUSSIAN LANGUAGE BY BILINGUAL CHILDREN**

**V. V. Salnikova
S. I. Zakirova**

*Doctor of Philological Sciences, professor,
E-mail: salnikova.v.v@gmail.com,
ORCID 0000-0001-5678-7189,
student,
E-mail: s.zackirova2013@yandex.ru,
ORCID 0000-0002-0951-2665,
Birsk Branch of Bashkir State University,
Birsk, Bashkortostan, Russia*

Abstract. The article is devoted to the study of the specificity of mastering of the vocabulary and grammar of the Russian language by bilingual children. The focus of the authors are such phenomena as the language of the child, children's word-making, occasional and potential formations in the speech of children of primary school age. The material for the study was the works of primary school pupils. There were 30 respondents that took part in the experimental study—the pupils of the second and third grades of MBEI School No. 1 of village Verkhnie Tatyshly in the Republic of Bashkortostan. On the basis of the carried out analysis, the peculiarities of the word-making of children of a given age group are revealed, a conclusion is drawn about the specific usage of linguistic units in the speech of bilingual children.

Keywords: the language of the child; word-making; bilingual children; occasionalism; potential words.

В младшем школьном возрасте дети активно овладевают устной и письменной речью, монологом, внутренней речью, осваивают литературные нормы, при этом данный процесс является для них достаточно сложным и трудоёмким. Среди аспектов личностного развития ребенка достаточно актуален вопрос о детском словотворчестве, поскольку периоды старше-

го дошкольного и младшего школьного возраста являются наиболее сензитивными. К данной проблеме в своих работах обращаются многие отечественные и зарубежные педагоги, психологи, лингвисты. Так, вопросам изучения творческих возможностей детей посвящены труды Р. Амтхауэра, Л. С. Выготского, В. А. Сухомлинского, Э. Торренса, О. С. Ушако-

вой и др.; исследование специфики детского словотворчества, речевого развития ребенка находит свое отражение в работах Е. С. Кубряковой, Н. И. Лисиной, Е. Е. Сапоговой, С. Н. Цейтлин, К. И. Чуковского и др. Е. С. Кубрякова подчеркивает, что «вхождение ребёнка в мир языка – это не только постепенное знакомство его с обозначениями сущностей вокруг него и не только само удивительное открытие того, что у вещей есть имена», но и «ориентация ребёнка с помощью языка в особенностях членения окружающего его мира, его осмысления и оценки» [4, с. 143]. Однако «практическое овладение любой конструкцией русского языка представляет собой длительный и сложный процесс», при этом «ни одна конструкция не может быть усвоена полностью сразу» [2, с. 5–7]. Ученые справедливо отмечают, что умение ребенка воспроизводить, образовывать новые слова и выражения имеет значимость для нравственного, эстетического, этического и умственного развития языковой личности.

Таким образом, в процессе овладения языком дети преимущественно создают новые слова по тем словообразовательным моделям, которые есть в русском языке (по закону аналогии), а также копируют речь взрослых, героев художественных книг и мультфильмов. Специалисты в области детской речи выделяют три основных принципа, лежащих в основе образования новых слов: это 1) так называемые «осколки слов»: часть какого-нибудь слова используется как целое слово (вместо слова *город* ребенок произносит только слог «*го*», позднее «*горо*» и затем «*город*»); 2) чужие аффиксы: к корню одного слова прибавляется аффикс другого (*добродость*, *умность* – добрый, умный + суффикс *-ость-*, по аналогии с существительными *смелость*, *мудрость* и др.), *пургинки* (*пурга* + суффикс *-инк-*, по аналогии со словом «*снежинки*»), *пахнючий* (*пахнуть* + суффикс *-юч-*, по аналогии со словом «*вонючий*», при этом не обязательно в лексическое значение данного слова ребенок вкладывает отрицательную коннотацию); 3) сложные слова, образующиеся путем

слияния двух морфем в одно слово (*бананас* – *банан* и *ананас*, *огромадный* – *огромный* и *громадный*), т. е. происходит соединение тех частей слова, которые являются созвучными. Таким образом, в детской речи имеют место окказиональные и потенциальные слова.

Под окказионализмами подразумевают «авторские неологизмы, созданные по необычным моделям, которые существуют в конкретных контекстах и употребляются в речи как средство языковой игры, шутки, каламбура» [5, с. 381]. К окказиональным образованиям близки так называемые «потенциальные слова» – «лексические единицы, которые отсутствуют в словаре данного языка», но при этом «легко образуются по тем или иным словообразовательным моделям (например, *хваталка*, *пускалка*, *хлопалка*)» [5, с. 381]. Однако окказионализмы отличаются от потенциальных слов тем, что первые являются «нарушителями законов (правил) общеязыкового словообразования», а вторые, наоборот, «заполняя пустые клетки словообразовательных парадигм <...> реализуют действие законов словообразования» [3, с. 76]. По мнению Е. И. Дибровой, потенциальные слова образуются по продуктивным словообразовательным моделям, а окказиональные – по малопродуктивным, непродуктивным и окказиональным моделям [6].

Словесное творчество как наиболее сложный вид деятельности ребенка, с одной стороны, является важным условием формирования речи, а с другой – эффективным средством развития творческой языковой личности. Нужно отметить, что «дети поступают в полном соответствии с исконными нормами родного языка; самые смелые и причудливые из новообразований ребенка не выходят за рамки общенациональных языковых традиций» [5, с. 382]. Окказионализмы и потенциальные слова, употребляемые в речи детей, мотивированы и вполне могут быть растолкованы без применения какого-либо языкового анализа. Например: «*брос*» – брошено, «*умность*» – качество ума, «*долге*» – дольше. По такой же системе образуют

окказионализмы двуязычные дети. Они «прибегают» к грамматическим конструкциям своего родного языка. Так, ребенок, свободно говорящий на татарском, башкирском языках, может путать родовые корреляты, поскольку в данных языках нет различия между словами мужского и женского рода, например, у личных местоимений 3-го лица (он, она – «ул»).

В предыдущих работах мы обращались к изучению особенностей речевого развития ребенка, формирования его языковой картины мира [1; 5], однако специфика овладения языковыми единицами русского языка детьми-билингвами младшего школьного возраста рассмотрена нами недостаточно. Цель настоящей статьи заключается в выявлении особенностей освоения лексики и грамматики русского языка детьми-билингвами. Материалом для исследования послужили работы обучающихся 2–3 классов МБОУ СОШ № 1 с. Верхние Татышлы Республики Башкортостан. Нужно отметить, что в данной школе обучаются дети-билингвы, владеющие русским и татарским, русским и башкирским, русским и удмуртским языками. Учащимся начальных классов были предложены задания по русскому языку, на которые они дали соответствующие ответы. Приведем некоторые примеры.

Задание 1. Каждое словосочетание замените одним словом с суффиксом. Например, музыкант, играющий на аккордеоне – *аккордеонист*. Ответы респондентов: житель Москвы – *москвич, москвица, москвичан, президент, путинцы* (в основе образования последних двух слов лежат семантический и ассоциативный аспекты); женщина-повар – *повариха, поварищица, поварёшка, поваричка* (при образовании данных слов респонденты употребляют разговорные суффиксы); музыкант, играющий на скрипке – *скрипач, скриптарист* (образовано сложением морфем двух слов – скрипка и гитарист), *скриптизёр* (по аналогии со «стриптизер»), *скрипист*; свойство доброго человека – *доброта, добрач* (образовано по аналогии со словом «скрипач»), *добрость* (по аналогии со словами «мудрость», «ловкость» и др.,

имеющими положительную оценку). Данные ответы отражают специфику детского мировидения, особенности мышления и речевого развития детей-билингвов. Как мы видим, здесь ярко представлены окказиональные образования.

Задание 2. Образуйте форму множественного числа от следующих слов: ухо, стул, человек, чудо, ребёнок. Ответы респондентов: ухо – *уши, ухья, ушки, ухи*; стул – *стулья, стулы, стульчики*; человек – *люди, человеки, человечки, человечки*; чудо – *чудеса, чуды*; ребёнок – *дети, ребёнки*. Нужно отметить, что дети-билингвы активно используют суффиксы с уменьшительно-ласкательным значением. Однако подобное задание вызывает у них определенные трудности: они плохо усваивают супплетивные формы имен существительных и формы с чередующимися согласными и гласными звуками.

Задание 3. Назовите детёнышей животных и птиц. Ответы респондентов: верблюд – *верблюжонок, верблята, верблюдата, верблюдик*; собака – *собачонок, щенок, щененок, барбос*; свинья – *поросенок, свинёнок, свиняшки, свинок*; овца – *ягненок, овечка, овчечка, овценок, барашка*; голубь – *голубёнок, голубиночек*. Результаты опроса показали, что дети-билингвы образуют слова по аналогии (котята, щенята – суффикс -ят-; тигренок, слоненок – суффиксы -енок-/-онок-), преимущественно применяя те суффиксы, которые имеют место в русском языке, однако делают это с грамматической точки зрения не всегда верно. При этом здесь присутствуют формы слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами, что является приметой детской речи вообще.

Задание 4. Образуйте существительные, обозначающие животных и птиц женского рода. Ответы респондентов: баран – *овца, баранина, бараниха, барашка*; конь – *лошадь, лошадка, лошадица, кониха, жеребиха*; индюк – *индюшка, индейка, индюшиня* (по аналогии со словом «гусыня»), *индюшатица*; гусь – *гусыня, гусяра, гусиха*. Как мы видим, при образовании родовых коррелятов дети-билингвы создают окказиональные и потенциальные

слова, а также в некоторых случаях они не совсем точно понимают лексическое значение слова (например, при словообразовании используют суффикс -ин- со значением «мясо животного»), при этом ими часто используются суффиксы с разговорной окраской.

Итак, в результате проведенного анализа работ детей-билингвов младшего школьного возраста нами выявлено следующее: 1) понимание и усвоение лексического значения слова представляет для учащихся начальных классов особую сложность, в их лексиконе преобладают слова с разговорной окраской и с уменьшительно-ласкательными суффиксами; 2) производные слова дети создают по тем словообразовательным моделям, которые имеют место в русском языке (действует закон аналогии), однако при этом в их речи достаточно ярко представлены окказиональные и потенциальные образования; 3) при усвоении грамматики русского языка особую сложность для младших школьников представляет образование супплетивных форм единственного и множественного числа имен существительных и родовых коррелятов.

Таким образом, ребенок способен не только воспроизводить слова, услышанные от взрослых, но и сам создать «необычные» для нас слова, при этом он уверен в том, что говорит правильно. Словообразование является неотъемлемой частью речевого развития детей, формирования их мировидения, картины мира.

Библиографический список

1. Ахматьянова З. С., Сальникова В. В., Специфика освоения русского языка детьми-билингвами: семантический и словообразовательные аспекты // Международный научный журнал «SCIENCE TIME», Казань. – 2016. – № 6. – С. 280–284.
2. Величук А. П., Бажанова Е. А. Русский язык в старших группах национальных детских са-

дов. – Л.: Просвещение. Ленингр. отд-ние, 1987. – 238 с.

3. Земская Е. А. Словообразование как деятельность. – М.: Наука, 1992. – 221 с.
4. Кубрякова Е. С. Язык и знание. (На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира). – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
5. Сальникова В. В., Шайхутдинова Т. Р. Семантический и словообразовательный аспекты изучения окказиональных и потенциальных неологизмов // Science Time. – 2014. – № 7(7). – С. 380–383.
6. Современный русский язык: Теория. Анализ языковых единиц: учеб. для студ. высш. учеб. заведений: В 2 ч. – Ч. 1: Фонетика и орфоэпия. Графика и орфография. Лексикология. Морфемика. Словообразование / под ред. Е. И. Дибровой. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 544 с.

Bibliograficheskiy spisok

1. Ahmatyanova Z. S., Salnikova V. V., Specifica osvoeniya russkogo yazyka detmi-bilingvami: semanticheskij i slovoobrazovatelnye aspekty // Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «SCIENCE TIME», Kazan. – 2016. – № 6. – С. 280–284.
2. Velichuk A. P., Bazhanova E. A. Russkij yazyk v starshih gruppah nacionalnyh detskikh sadov. – L.: Prosveshenie. Leningr. otd-nie, 1987. – 238 s.
3. Zemskaya E. A. Slovoobrazovanie kak deyatel'nost. – M.: Nauka, 1992. – 221 s.
4. Kubryakova E. S. Yazyk i znanie. (Na puti polucheniya znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoj tochki zreniya. Rol yazyka v poznanii mira). – M.: Yazyki slavyanskoj kultury, 2004. – 560 s.
5. Salnikova V. V., Shajhutdinova T. R. Semanticheskij i slovoobrazovatelnyj aspekty izucheniya okkazionalnyh i potencialnyh neologizmov // Science Time. – 2014. – № 7(7). – С. 380–383.
6. Sovremennyj russkij yazyk: Teoriya. Analiz yazykovykh edinic: ucheb. dlya stud. vyssh. ucheb. zavedenij: V 2 ch. – Ch. 1: Fonetika i orfoepiya. Grafika i orfografiya. Leksikologiya. Morfemika. Slovoobrazovanie / Pod red. E. I. Dibrovoy. – M.: Izdatelskiy centr «Akademiya», 2001. – 544 s.

© Сальникова В. В.,
Закирова С. И., 2018.

RULES FOR AUTHORS

Articles are to be sent in electronic format to e-mail: sociosfera@seznam.cz. Page format: A4 (210x297mm). Margins: top, bottom, right – 2 cm, left – 3 cm. The text should be typed in 14 point font Times New Roman, 1.5 spaced, indented line – 1.25, Normal style. The title is typed in bold capital letters; central alignment. The second line comprises the initials and the family name of the author(s); central alignment. The third line comprises the name of the organization, city, country; central alignment. The methodical articles should indicate discipline and specialization of students for which these materials are developed. After a blank line the name of the article in English is printed. On the next line the name of the authors in English is printed. Next line name of the work place, city and country in English. After one line space comes the abstract in English (600–800 characters) and a list of key words (5–10) in English. The text itself is typed after one line space. Graphs, figures, charts are included in the body of the article and count in its total volume. References should be given in square brackets. Bibliography comes after the text as a numbered list,

in alphabetical order, one item per number. References should be inserted manually. Footnotes are not acceptable. The size of the article is 4–15 pages. The registration form is placed after the text of the article and is not included in its total volume. The name of the file should be given in Russian letters and consists of the conference code and initials and family name of the first author, for example: FV-German P. The payment confirmation should be scanned and e-mailed, it should be entitled, for example FV-German P receipt.

Materials should be prepared in Microsoft Word, thoroughly proof-read and edited.

Information about the authors

Family name, first name
Title, specialization
Place of employment
Position
ORCID
Contact address (with postal code)
Mobile phone number
E-mail
The required number of printed copies

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Материалы представляются в электронном виде на e-mail: sociosfera@seznam.cz. Каждая статья должна иметь УДК. Формат страницы А4 (210x297 мм). Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ – 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman, стиль – Обычный. Название печатается прописными буквами, шрифт жирный, выравнивание по центру. На второй строчке печатаются инициалы и фамилия автора(ов), выравнивание по центру. На третьей строчке – полное название организации, город, страна, e-mail, выравнивание по центру. После пропущенной строки печатается название на английском языке. На следующей строке фамилия авторов на английском. Далее название организации, город и страна на английском языке, e-mail. В статьях на английском языке дублировать название, автора и место работы автора на другом языке не надо. После пропущенной строки следует аннотация на английском (600–800 знаков) и ключевые слова (5–10) на английском языке. После пропущенной строки печатается текст статьи. Графики, рисунки, таблицы вставляются, как внедренный объект должны входить в общий объем тезисов. Номера библиографических ссылок в тексте даются в квадратных скобках, а их список – в конце текста со сплошной нумерацией. Источники и литература в списке перечисляются в алфавитном по-

рядке, одному номеру соответствует 1 источник. Ссылки расставляются вручную. При необходимости допускают подстрочные сноски. Они должны быть оформлены таким же шрифтом, как и основной текст. Объем статьи может составлять 4–15 страниц. Сведения об авторе располагаются после текста статьи и не учитываются при подсчете объема публикации. Авторы, не имеющие ученой степени, предоставляют отзыв научного руководителя или выписку заседания кафедры о рекомендации статьи к публикации.

Материалы должны быть подготовлены в текстовом редакторе Microsoft Word, тщательно выверены и отредактированы. Имя файла, отправляемого по e-mail, иметь вид ФЗ-ФИО, например: ФЗ-Петров ИВ или FV-German P. Файл со статьей должен быть с расширением doc или docx.

Сведения об авторе

Фамилия, имя, отчество

Ученая степень, специальность

Ученое звание

Место работы

Должность

ORCID (если есть)

Домашний адрес с индексом

Сотовый телефон

E-mail

Необходимое количество печатных экземпляров

**ПЛАН МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНФЕРЕНЦИЙ, ПРОВОДИМЫХ ВУЗАМИ
РОССИИ, АЗЕРБАЙДЖАНА, АРМЕНИИ, БОЛГАРИИ, БЕЛОРУССИИ,
КАЗАХСТАНА, УЗБЕКИСТАНА И ЧЕХИИ НА БАЗЕ
VĚDESKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»
В 2018–2019 ГОДАХ**

| Дата | Название |
|------------------------|--|
| 28–29 сентября 2018 г. | Этнокультурная идентичность – фактор самосознания общества в условиях глобализации |
| 1–2 октября 2018 г. | Иностранный язык в системе среднего и высшего образования |
| 5–6 октября 2018 г. | Семья в контексте педагогических, психологических и социологических исследований |
| 12–13 октября 2018 г. | Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития |
| 13–14 октября 2018 г. | Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях |
| 15–16 октября 2018 г. | Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия |
| 17–18 октября 2018 г. | Тенденции развития современной лингвистики в эпоху глобализации |
| 20–21 октября 2018 г. | Современная возрастная психология: основные направления и перспективы исследования |
| 25–26 октября 2018 г. | Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов |
| 28–29 октября 2018 г. | Наука, техника и технология в условиях глобализации: парадигмальные свойства и проблемы интеграции |
| 1–2 ноября 2018 г. | Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия |
| 3–4 ноября 2018 г. | Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования. |
| 5–6 ноября 2018 г. | Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы |
| 7–8 ноября 2018 г. | Классическая и современная литература: преемственность и перспективы обновления |
| 10–11 ноября 2018 г. | Формирование культуры самостоятельного мышления в образовательном процессе |
| 15–16 ноября 2018 г. | Проблемы развития личности: многообразие подходов |
| 20–21 ноября 2018 г. | Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования |
| 25–26 ноября 2018 г. | История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему |
| 1–2 декабря 2018 г. | Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях |
| 3–4 декабря 2018 г. | Проблемы и перспективы развития экономики и управления |
| 5–6 декабря 2018 г. | Безопасность человека и общества как проблема социально-гуманитарных наук |
| 15–16 января 2019 г. | Информатизация общества: социально-экономические, социокультурные и международные аспекты |
| 17–18 января 2019 г. | Развитие творческого потенциала личности и общества |
| 20–21 января 2019 г. | Литература и искусство нового века: процесс трансформации и преемственность традиций |
| 25–26 января 2019 г. | Региональные социогуманитарные исследования: история и современность |
| 5–6 февраля 2019 г. | Актуальные социально-экономические проблемы развития трудовых отношений |
| 10–11 февраля 2019 г. | Педагогические, психологические и социологические вопросы профессионализации личности |
| 15–16 февраля 2019 г. | Психология XXI века: теория, практика, перспективы |
| 16–17 февраля 2019 г. | Общество, культура, личность в современном мире |
| 20–21 февраля 2019 г. | Инновации и современные педагогические технологии в системе образования |
| 25–26 февраля 2019 г. | Экологическое образование и экологическая культура населения |

| | |
|------------------------|--|
| 1–2 марта 2019 г. | Национальные культуры в социальном пространстве и времени |
| 3–4 марта 2019 г. | Современные философские парадигмы: взаимодействие традиций и инновационные подходы |
| 15–16 марта 2019 г. | Социально-экономическое развитие и качество жизни: история и современность |
| 20–21 марта 2019 г. | Гуманизация обучения и воспитания в системе образования: теория и практика |
| 25–26 марта 2019 г. | Актуальные вопросы теории и практики филологических исследований |
| 29–30 марта 2019 г. | Развитие личности: психологические основы и социальные условия |
| 5–6 апреля 2019 г. | Народы Евразии: история, культура и проблемы взаимодействия |
| 7–8 апреля 2019 г. | Миграционная политика и социально-демографическое развитие стран мира |
| 10–11 апреля 2019 г. | Проблемы и перспективы развития профессионального образования в XXI веке |
| 15–16 апреля 2019 г. | Информационно-коммуникационное пространство и человек |
| 18–19 апреля 2019 г. | Актуальные аспекты педагогики и психологии начального образования |
| 20–21 апреля 2019 г. | Здоровье человека как проблема медицинских и социально-гуманитарных наук |
| 22–23 апреля 2019 г. | Социально-культурные институты в современном мире |
| 25–26 апреля 2019 г. | Детство, отрочество и юность в контексте научного знания |
| 28–29 апреля 2019 г. | Культура, цивилизация, общество: парадигмы исследования и тенденции взаимодействия |
| 2–3 мая 2019 г. | Современные технологии в системе дополнительного и профессионального образования |
| 10–11 мая 2019 г. | Риски и безопасность в интенсивно меняющемся мире |
| 13–14 мая 2019 г. | Культура толерантности в контексте процессов глобализации: методология исследования, реалии и перспективы |
| 15–16 мая 2019 г. | Психолого-педагогические проблемы личности и социального взаимодействия |
| 20–21 мая 2019 г. | Текст. Произведение. Читатель |
| 22–23 мая 2019 г. | Профессиональное становление будущего учителя в системе непрерывного образования: теория, практика и перспективы |
| 25–26 мая 2019 г. | Инновационные процессы в экономической, социальной и духовной сферах жизни общества |
| 1–2 июня 2019 г. | Социально-экономические проблемы современного общества |
| 10–11 сентября 2019 г. | Проблемы современного образования |
| 15–16 сентября 2019 г. | Новые подходы в экономике и управлении |
| 20–21 сентября 2019 г. | Традиционная и современная культура: история, актуальное положение и перспективы |
| 25–26 сентября 2019 г. | Проблемы становления профессионала: теоретические принципы анализа и практические решения |
| 28–29 сентября 2019 г. | Этнокультурная идентичность – фактор самосознания общества в условиях глобализации |
| 1–2 октября 2019 г. | Иностранный язык в системе среднего и высшего образования |
| 5–6 октября 2019 г. | Семья в контексте педагогических, психологических и социологических исследований |
| 12–13 октября 2019 г. | Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития |
| 13–14 октября 2019 г. | Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях |
| 15–16 октября 2019 г. | Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия |
| 17–18 октября 2019 г. | Тенденции развития современной лингвистики в эпоху глобализации |
| 20–21 октября 2019 г. | Современная возрастная психология: основные направления и перспективы исследования |
| 25–26 октября 2019 г. | Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов |

| | |
|-----------------------|--|
| 28–29 октября 2019 г. | Наука, техника и технология в условиях глобализации: парадигмальные свойства и проблемы интеграции |
| 1–2 ноября 2019 г. | Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия |
| 3–4 ноября 2019 г. | Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования. |
| 5–6 ноября 2019 г. | Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы |
| 7–8 ноября 2019 г. | Классическая и современная литература: преемственность и перспективы обновления |
| 15–16 ноября 2019 г. | Проблемы развития личности: многообразие подходов |
| 20–21 ноября 2019 г. | Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования |
| 25–26 ноября 2019 г. | История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему |
| 1–2 декабря 2019 г. | Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях |
| 3–4 декабря 2019 г. | Проблемы и перспективы развития экономики и управления |
| 5–6 декабря 2019 г. | Безопасность человека и общества как проблема социально-гуманитарных наук |

ИНФОРМАЦИЯ О НАУЧНЫХ ЖУРНАЛАХ

| Название | Профиль | Периодичность | Наукометрические базы | Импакт-фактор |
|--|------------------------|-------------------------------|--|---|
| Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера» | Социально-гуманитарный | Март, июнь, сентябрь, декабрь | <ul style="list-style-type: none"> • РИНЦ (Россия), • Directory of open access journals (Швеция), • Open Academic Journal Index (Россия), • Research Bible (Китай), • Global Impact factor (Австралия), • Scientific Indexing Services (США), • Cite Factor (Канада), • International Society for Research Activity Journal Impact Factor (Индия), • General Impact Factor (Индия), • Scientific Journal Impact Factor (Индия), • Universal Impact Factor | <ul style="list-style-type: none"> • Global Impact Factor – 1,711, • Scientific Indexing Services – 1,5, • Research Bible – 0,781, • Open Academic Journal Index – 0,5, • РИНЦ – 0,104 |
| Чешский научный журнал «Paradigmata poznání» | Мультидисциплинарный | Февраль, май, август, ноябрь | <ul style="list-style-type: none"> • Research Bible (Китай), • Scientific Indexing Services (США), • Cite Factor (Канада), • General Impact Factor (Индия), • Scientific Journal Impact Factor (Индия) | <ul style="list-style-type: none"> • General Impact Factor – 1,7636, • Scientific Indexing Services – 1,04, • Global Impact Factor – 0,884 |
| Чешский научный журнал «Ekonomické trendy» | Экономический | Март, июнь, сентябрь, декабрь | <ul style="list-style-type: none"> • Research Bible (Китай), • Scientific Indexing Services (США), • General Impact Factor (Индия) | <ul style="list-style-type: none"> • Scientific Indexing Services – 0,72, • General Impact Factor – 1,5402 |
| Чешский научный журнал «Aktuální pedagogika» | Педагогический | Февраль, май, август, ноябрь | <ul style="list-style-type: none"> • Research Bible (Китай), • Scientific Indexing Services (США) | <ul style="list-style-type: none"> • Scientific Indexing Services – 0,832, |
| Чешский научный журнал «Akademická psychologie» | Психологический | Март, июнь, сентябрь, декабрь | <ul style="list-style-type: none"> • Research Bible (Китай), • Scientific Indexing Services (США) | <ul style="list-style-type: none"> • Scientific Indexing Services – 0,725, |
| Чешский научный и практический журнал «Sociologie člověka» | Социологический | Февраль, май, август, ноябрь | <ul style="list-style-type: none"> • Research Bible (Китай), • Scientific Indexing Services (США) | <ul style="list-style-type: none"> • Scientific Indexing Services – 0,75, |
| Чешский научный и аналитический журнал «Filologické vědomosti» | Филологический | Февраль, май, август, ноябрь | <ul style="list-style-type: none"> • Research Bible (Китай), • Scientific Indexing Services (США) | <ul style="list-style-type: none"> • Scientific Indexing Services – 0,742, |

**PUBLISHING SERVICES
OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- training manuals;
- autoabstracts;
- dissertations;
- monographs;
- books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic
(in the output of the publication will be registered

Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»)

or in Russia

(in the output of the publication will be registered

Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»)

We carry out the following activities:

- Editing and proofreading of the text (correct spelling, punctuation and stylistic errors),
- Making an artwork,
- Cover design,
- ISBN assignment,
- Print circulation in typography,
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of Czech Republic,
- sending books to the author by the post.

It is possible to order different services as well as the full range.

**ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» –
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- учебные пособия,
- авторефераты,
- диссертации,
- монографии,
- книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии
(в выходных данных издания будет значиться –
Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
или в России

(в выходных данных издания будет значиться –
Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок),
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- присвоение ISBN,
- печать тиража в типографии,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору.

Возможен заказ как отдельных услуг, так как полного комплекса.

FILOLOGICKÉ VĚDOMOSTI

Vědecký a praktický časopis

№ 3, 208

Čtvrtletní

Šéfredaktorka – **Irina S. Karabulatova**

Názory vyjádřené v této publikaci jsou názory autora
a nemusí nutně odrážet stanovisko vydavatele.
Autoři odpovídají za správnost publikovaných textů – fakta, čísla, citace,
statistiky, vlastní jména a další informace.

Opinions expressed in this publication are those of the authors
and do not necessarily reflect the opinion of the publisher.
Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures,
quotations, statistics, proper names and other information.

Redaktorka – I. G. Balašova
Korektura – Ž. V. Kuznecova
Produkce – G. A. Kulakova

Podepsáno v tisku 25.09.2018. 60×84/8 ve formátu.
Psaní bílý papír. Vydavatelství 2,2
100 kopií

VYDAVATEL:

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:
IČO 29133947
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky, Česká republika
Tel. +4206773177857
web site: <http://sociosfera.com>
e-mail: sociosfera@seznam.cz