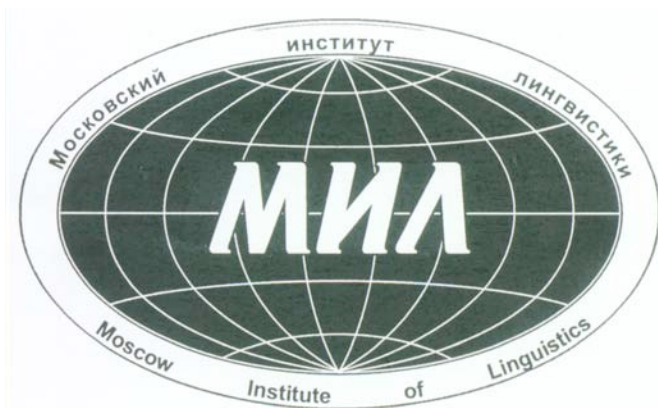


**МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ЛИНГВИСТИКИ**



**«Студенческая наука – 2015»**

**Тезисы докладов  
Международной межвузовской студенческой научной  
конференции  
Москва, 22 апреля 2015 г.**

**Москва 2015**

**Научное издание**  
**Печатается по решению Ученого совета НОУ ВПО**  
**«Московский институт лингвистики»**

**Редакционная коллегия:**

***А.В. Кирилина***, доктор филологических наук, профессор

***В.М. Хаимова***, кандидат филологических наук, доцент

***С.В. Дмитрюк***, кандидат филологических наук

**«Студенческая наука – 2015».** Тезисы докладов  
Международной межвузовской студенческой научной  
конференции. Москва, МИЛ, 22 апреля 2015 г. – М.:  
МИЛ, 2015. – 71с.

Тезисы докладов отражают основное содержание  
Одиннадцатой международной межвузовской  
студенческой научной конференции «Студенческая наука  
– 2015», которая состоялась в Московском институте  
лингвистики 22 апреля 2015 г.

**© Московский институт лингвистики**

# СОДЕРЖАНИЕ

## Секция 1.

### Лингвистика и межкультурная коммуникация. Гуманитарные науки

<b>Кривцова В.В.</b> (НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт») Интервью. Классификация интервью	8
<b>Тойшиева А.</b> (Южно-Казахстанский государственный педагогический институт) Специфика паремиологической картины мира в языковом сознании казахов	9
<b>Илюшина О.А.</b> (НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт») Метод семантического поля в современной лингвистике	10
<b>Савинкова А.В.</b> (НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт») Коннотативная семантика лексемы <i>любовь</i> в стихотворении Р.Бернса «Myloveislikeared, redrose»	11
<b>Нурмат Б.</b> (Южно-Казахстанский государственный педагогический институт) Казахская колористическая концептосфера в зеркале ассоциативного эксперимента	12
<b>Торчук Д.Г.</b> (Житомирский государственный университет им. И. Франко) Концепт SUCCESS в детективных романах Агаты Кристи (лингвокультурный аспект)	13
<b>Хоанг М.</b> (Московский институт лингвистики) The process of verbal categorization and its role in intercultural competence	14
<b>Серенкова К.</b> (Южно-Казахстанский государственный педагогический институт) Диалог языков и культур в полиэтническом социуме Казахстана	15
<b>Крысенкова Е.В.</b> (Московский институт лингвистики) Англицизмы в современном немецком языке	17

<b>Столбова А.А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Характерные языковые особенности текстов правовых таможенных документов.	18
<b>Жолдыходжа Н.</b> ( <i>Южно-Казахстанский государственный педагогический институт</i> ) Специфика заимствований в русском языке Казахстана	19
<b>Горская С.Д.</b> ( <i>ГБОУ МГПУ, ИГН</i> ) Функции рекламного слогана и языковые средства их воплощения	20
<b>Абдиразак А.</b> ( <i>Южно-Казахстанский государственный педагогический институт</i> ) Научные проблемы освоения глагольных форм в школе с нерусским языком обучения	21
<b>Джафаров Алиакбер Расул Оглы</b> ( <i>НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»</i> ) Лексико-тематическая классификация футбольной лексики (на примере британской газеты «The Telegraph»)	23
<b>Зявкина Е.</b> ( <i>Московский государственный педагогический университет</i> ) Память как ключевой элемент поэтики травмы в романе Джонатана Сафрана Фоера «Полная иллюминация»	24
<b>Алиева А.</b> ( <i>Южно-Казахстанский государственный педагогический институт</i> ) Особенности лексического строя научного стиля речи	26
<b>Властовская М., Джумакулиева Г.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Стилистическая функция антонимов (на материале рассказа А.П.Чехова «Он и она»)	27

## Секция 2.

### Страноведение

<b>Курскова А.А.</b> ( <i>НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»</i> ) Великие женщины английского Средневековья	29
<b>Орешникова Е.О.</b> ( <i>НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»</i> ) Алиенора Аквитанская – неординарная женщина и личность раннего Средневековья	30

<b>Комиссарова Е.А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Гастрономическая карта Германии	31
<b>Кураксина В.Н.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Система высшего образования в Германии	32
<b>Полушина И.А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Понятие «немецкое качество» как основной маркетинговый инструмент промышленного производства Германии	33
<b>Фоменко В.С.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Особенности жаргона узников концлагерей фашистской Германии	34
<b>Медникова В.И.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) История и традиции проведения венских балов	35
<b>Мухина Ю.В.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) История и современность немецкого футбола.	36
<b>Виноградова А.С.</b> ( <i>НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»</i> ) Мария Клавдиевна Тенишева – пропагандист русского национального искусства.	37
<b>Ильницкий Е.Г.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Система здравоохранения в Германии	38
<b>Абрамян Г.С.</b> ( <i>НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»</i> ) Марин Ле Пен: Национальный фронт	39
<b>Карнаух Т.П.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Особенности политкорректного перевода (на материале немецкого языка)	40
<b>Азуевская И.В.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Современная немецкая архитектура	41

### Секция 3.

#### Перевод и переводоведение

<b>Костицына Е.А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Специфика «Гоблинского» перевода (на материале интерпретаций фильмов The Lord o the Rings («Властелин колец»), The Matrix («Матрица») и Reservoir Dogs («Бешеные псы»))	43
<b>Федулова К.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	

Проблема перевода австрийских титулов и званий <b>Маслова А.М.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	44
Проблема перевода политкорректных эвфемизмов (на материале немецкого языка) <b>Черкесова О.Г.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	45
Особенности перевода реалий в художественном тексте (на материале переводов романа Маркуса Зусака «Книжный вор») <b>Кривоусова Е.В.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	46
Передача сленга и жаргона в русскоязычных переводах романа Чака Паланика “Fight Club” <b>Колесник В.В.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	47
Особенности перевода названий современных американских кинокомедий на русский язык <b>Чепик М.А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	48
Особенности медицинского перевода <b>Вильчек Е.А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	49
Особенности перевода мужских журналов с английского языка на русский язык (на материале издания «Men's Health») <b>Белянова С.В.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	50
Особенности перевода женских романов на примере романа Екатерины Вильмонт «Интеллигент и две Риты» <b>Закшевская М.В.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	51
Передача вербального юмора в русскоязычных переводах американских комиксов 2000-2009 годов	52

#### Секция 4.

##### Туризм в современном мире

<b>Литвиненко П.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Диггерство как вид туризма в Москве	54
<b>Ушакова А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Ирландия как туристский регион: что может перенять Россия	54
<b>Колесова М.Г.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> ) Дорожные чеки как платежное средство туриста	56
<b>Саваргина В., Евтюшкина И.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	

Глобализация в туризме: рейтинг мировых туристских городов	57
<b>Горобцова Е.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	
Ограничения на въезд в страну с туристскими целями.	58
<b>Берестень А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	
Кризисные явления в мировой экономике и их влияние на развитие туристской деятельности.	59
<b>Борисов Е.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	
Въездной туризм: Россия и ее ближайшие конкуренты	60

## Секция 5.

### Экономика и менеджмент

<b>Маркин А.В.</b> ( <i>Московский финансово-экономический институт</i> )	
Кейнс о России: «беглый взгляд» и содержательный анализ	62
<b>Овчинникова Н.Е.</b> ( <i>Московский финансово-экономический институт</i> )	
Влияние санкций на экономику России	63
<b>Шкурина Е.И.</b> ( <i>Московский финансово-экономический институт</i> )	
Национальная платежная система Российской Федерации	64
<b>Минакова М.Н.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	
Функциональные задачи стратегии управления персоналом организации	65
<b>Шейгас-Негруш И.А.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	
Оценка результативности труда педагогов (управленческий аспект)	66
<b>Николаев И.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	
Маркетинговые задачи высших учебных заведений	67
<b>Лукащук Ю.В.</b> ( <i>Московский финансово-экономический институт</i> )	
Значение анализа платежеспособности для эффективного управления организацией	68
<b>Негруш В.Ф.</b> ( <i>Московский институт лингвистики</i> )	
Принципы мотивации труда педагогов	69
<b>Алексеева Ю.А.</b> ( <i>Московский финансово-экономический институт</i> )	
Устойчивость национальной валюты	71

**Секция 1.**  
**Лингвистика и межкультурная коммуникация.**  
**Гуманитарные науки**

***Кривцова В.В.***

*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – ***Назарова О.Б.***

**ИНТЕРВЬЮ. КЛАССИФИКАЦИЯ ИНТЕРВЬЮ**

Интервью – информационный жанр журналистики, представляющий собой диалог корреспондента и героя публикации. В структуре интервью указывается: информационный повод, тема интервью, обосновывается выбор темы. Собственно интервью – это вопросы журналиста и ответы героя. В выводе присутствуют формулировка основной мысли материала, идеи и комментарии встречи журналиста. Существует несколько видов классификации интервью. По предметно-функциональным признакам (интервью мнений, интервью с очевидцем, интервью «конфронтация», интервью «пресс-конференция»); по формально-функциональным признакам (психологическое, нестандартизированное, глубокое, фокусированное, стандартизированное, стандартизированное с закрытыми вопросами); по степени интенсивности (короткие, средние); биографическое (лейтмотивное, нарративное, открытое). По категориям интервьюируемых: государственные и политические деятели, специалисты, обладающие специфическими знаниями в какой-либо сфере деятельности, цель - узнать что-то, в чем компетентен этот человек, данную категорию можно подразделить на подтипы – работники, чья деятельность как-либо связана с государством (государственные, политические деятели) и работники, чья деятельность не связана с государством (работники научной сферы, медики, преподаватели); знаменитости, цель – выяснить общественное мнение о каком-либо событии, здесь



подтипы – знаменитости как актеры, певцы, и знаменитости как зрители (известные актёры, певцы) идут на премьеры кино, мультфильмов; обычные люди, цель - выяснить общественное мнение о каком-либо событии, здесь подтипы – взрослые и дети.

В данной работе была рассмотрена наиболее полная картина классификации жанра интервью.

*Тойшиева А.*

*Южно-Казахстанский государственный педагогический институт*

Научный руководитель – *Мезенцева Е.С.*

## **СПЕЦИФИКА ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЫ МИРА В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ КАЗАХОВ**

Содержанием наших исследований является лингвокультурологический анализ материала, собранного в ходе свободного ассоциативного эксперимента (САЭ), который представляет собой ассоциативные ответы в форме пословиц, поговорок, крылатых выражений казахского языка, назидательного характера. Выделение слов назиданий, изречений поучительного характера в отдельный фрагмент паремиологической картины мира, на наш взгляд, правомерно и целесообразно, поскольку более определенно и точно структурирует объектную область наших исследований – пословичной картины мира.

Зафиксированная в материалах САЭ значительная по объему группа слов и изречений поучительного характера, безусловно, близка к пословицам и поговоркам, однако это не только не мешает их структурированию, но способствует более четкой содержательно-тематической и грамматической классификации, куда входят советы, благопожелания, наставления, запреты, поучения и проч., выраженные в грамматической форме инфинитива или императива,

утверждения или отрицания, часто с модальным значением желательности или нежелательности действия (*Жамандық жасама 'Не делай зла'; Отбасыңды сақта 'Береги семью'* и др.).

Содержание таких изречений разнообразно. В основном они касаются нравственной жизни народа. Изречения-назидания утверждают этические нормы, общепринятые в любом человеческом социуме: учат, как вести себя в обществе, остерегают от неправильных поступков, призывают делать добро, помогать слабым. Они так же, как и пословицы, носят воспитывающий характер, остерегают от разных негативных явлений, призывают жить правильно, быть добрым, мягким по отношению к слабым и смелым против врага, прививают любовь к труду, науке, к культурным завоеваниям человечества, к своему отечеству, к родной семье.

В докладе предполагается структурировать и проанализировать отмеченные в материалах САЭ конкретные примеры такого рода изречений.

*Илюшина О.А.*

*НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»*

*Научный руководитель – Монина Т.С.*

## **МЕТОД СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ**

Среди множества аспектов лексикологии семантическое поле представляет большой интерес для изучения. Полевой подход к описанию многих языковых явлений является весьма плодотворным, поскольку помогает раскрыть системные связи и системную организацию языка на всех его уровнях. Можно выделить главные положения полевой концепции языка. Элементы, имеющие семантическую общность и связанные между собой системными отношениями, образуют поле. Составные части, образующие поле, называют микрополями.

При этом, вертикальная организация поля отображает структуру микрополей, а горизонтальная – взаимоотношение микрополей.

Семантическая структура поля состоит из следующих частей:

1) ядро поля представлено родовой семей (гиперсемой). Например: Гиперсема поля – семантический компонент высшего порядка, организующий вокруг себя семантическое развёртывание поля;

2) центр поля состоит из единиц, имеющих интегральное, общее с ядром и рядоположительными единицами, дифференциологическое значение;

3) периферия поля включает единицы, максимально удалённые в своём значении от ядра, общее родовое понятие здесь представлено компонентами потенциальной либо вероятностной семантики. Периферийные единицы могут иметь контекстуальное значение, если поле строится по определённому тексту произведения. Обычно периферийные единицы поля могут вступать в контакт с другими семантическими полями, образуя лексико-семантическую непрерывность языковой системы.

*Савинкова А.В.*

*НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»*

*Научный руководитель – Монина Т.С.*

**КОННОТАТИВНАЯ СЕМАНТИКА ЛЕКСЕМЫ  
ЛЮБОВЬ В СТИХОТВОРЕНИИ Р.БЕРНСА  
«MYLUVEISLIKEARED, REDROSE»**

Швейцарский лингвист, основоположник современной лингвистической науки Фердинанд де Соссюр разграничил понятия «язык» и «речь». Из этого следует, что языковое и речевое значение языковых знаков должно быть разным. Языковое значение слова – это значение, реализуемое в

системе языка. Речевое значение слова – значение, реализуемое в системе дискурса. Эти два типа значения могут совпадать полностью, а могут и не совпадать. Но, в любом случае, речевое значение всегда опирается на языковое.

Чем шире дискурс восприятия слова, тем больше сем приобретает его речевое значение.

Синтагматическое значение слова, формируемое в контексте дискурса, коррелирует с парадигматическим значением слова, которое, прежде всего, опирается на гипер-гипонимические отношения слова. Лексема *love* (любовь) входит в лексико-семантическую группу «чувства», это понятие приобретает в стихотворении Бёрнса сильное аксиологическое звучание. Лексема *любовь* в системно-языковом плане имеет значение *strongliking* (сильное позитивное чувство). Контекстное окружение усиливает аксиологическую коннотацию, и речевое значение слова приобретает экспрессивно-эмоциональную силу.

**Нурмат Б.**

*Южно-Казахстанский государственный педагогический институт*

Научный руководитель – **Кайырбекова У.Ж.**

## **КАЗАХСКАЯ КОЛОРИСТИЧЕСКАЯ КОНЦЕПТОСФЕРА В ЗЕРКАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА**

Лингвистика цвета как научное направление в языковедческих исследованиях приобретает все более явные очертания. Последние десятилетия отмечены появлением большого количества работ, посвященных цвету. Его междисциплинарный характер и емкость дали начало разнообразным концепциям, рассматривающим цвет как физическое явление, психологическую характеристику и одну из составляющих языковой картин мира. Цвет,

цветовосприятие, цветовой символизм привлекают внимание исследователей в разных областях человеческого знания.

Тем не менее, проблема национально-специфической характеристики понятия «цвет» в рамках этнопсихолингвистики выглядит недостаточно разработанной и до сих пор не выработан единый подход к различным аспектам изучения цвета. Поскольку в восприятии цвета всегда присутствует оценочный момент, постольку каждый исследователь и носитель языка может сформулировать свое индивидуальное определение понятию «цвет» и дать свою оценку его восприятия, которое может рассматриваться как вполне самостоятельное психосемантическое явление.

Наше исследование казахской колористической концептосферы основано именно на таком понимании и восприятии слов-цветообозначений в казахской языковой культуре и осуществлено с использованием ассоциативной методики: нами проведен свободный ассоциативный эксперимент с группой информантов-казахов (носителей казахского языка и казахской культуры, для которых казахский язык является родным), общим числом 120 человек. В докладе предполагается представить результаты эксперимента, структурировать полученные ассоциативные ответы и обосновать перспективность такого рода исследований.

*Торчук Д.Г.*

*Житомирский государственный университет  
им. И. Франко*

*Научный руководитель – Соловьёва Л.Ф.*

## **КОНЦЕПТ SUCCESS В ДЕТЕКТИВНЫХ РОМАНАХ АГАТЫ КРИСТИ (ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ)**

Изучение концептов позволяет нам выявить особенности как восприятия мира, так и себя самого, что, в конечном счёте,

позволяет воспроизвести фрагмент концептуальной картины мира. Рассмотрение концепта как сгустка культуры в сознании человека дает возможность говорить о его важности в определении ценностей лингвокультурного сообщества.

Проделанный нами количественный анализ лингвокультурных вербализаций концепта SUCCESS в детективных романах Агаты Кристи позволяет классифицировать их следующим образом: профессиональный, финансовый, личный успех и успех в реализации планов и выполнении поставленных задач. В приведенной типологии доминирует группа лингвокультурем, актуализирующих значение профессионального успеха (43,1%), что свидетельствует о значительном внимании к карьерному росту личности как необходимой составляющей в достижении успеха. Количество единиц со значением выполнения поставленных задач (20,7%) свидетельствует о ценности таких качеств как ответственность, умение достигать поставленные цели. Кроме того, единицы со значением личного успеха (19%) делятся нами на две подгруппы: реализация в отношениях (6,9%) и признание в обществе (12,1%). Такое деление подтверждает значимость как отношений с другими людьми, так и самого факта оценки индивида окружающими. Меньшее количество единиц со значением финансового успеха (10,3%) и успеха в реализации планов (6,9%) дает возможность утверждать о большей важности личностных параметров человека и его профессиональных качеств по сравнению с финансовым положением.

*Хоанг М.*

*Московский институт лингвистики  
Научный руководитель – Хаимова В.М.*

## **THE PROCESS OF VERBAL CATEGORIZATION AND ITS ROLE IN INTERCULTURAL COMPETENCE**

*Intercultural competence* is a broad term that faces an increasing usage nowadays, due to globalisation. The contact between cultures as well as the influence on each other grows and so does the necessity to talk about “the others”. Thus, it becomes relevant to reflect the means of our language. In contrast to intercultural *communication*, the word *competence* expresses this work’s emphasis on the own mindset, instead of the interactive process between two parties.

When speaking about what we perceive or what we (believe to) know, there are numerous ways to name it. Language, as a system of signs, operates by the principle of categorisation. This means, the words we use to name something are labels, which imply a specific set of features. As for intercultural context, these sets of features tend to form prejudices and fixed stereotypes, the causes for misunderstanding and conflict. In order to overcome the constant passing on and preservation of stereotypes, it is necessary to understand and examine the connotations that are conveyed by the verbal labels we use.

***Серенкова К.***

*Южно-Казахстанский государственный педагогический институт*

Научный руководитель – *Дмитрюк Н.В.*

## **ДИАЛОГ ЯЗЫКОВ И КУЛЬТУР В ПОЛИЭТНИЧЕСКОМ СОЦИУМЕ КАЗАХСТАНА**

В условиях современной интеграции полиэтнических государств, каким является Казахстан, стирание этнических граней по пути цивилизации и прогресса, с одной стороны, и повсеместное возрождение национальных традиций, с другой стороны, оказываются объективной данностью существования казахстанского поликультурного социума. В связи с этим всестороннее исследование концептов казахской национальной культуры и построение на их основе

специфической казахской концептосферы является актуальным и перспективным направлением в современной казахстанской этнопсихолингвистике.

Постепенность эволюционного развития культуры и цивилизации делает возможным одновременное существование в одном социуме сложной системы соотносительных и специфических форм этнокультур, что делает возможным и своевременным процесс поиска социальной идентичности и формирования национальной идеи как основы устойчивого развития Казахстана.

Отличия «своего» и «чужого» этно- и социокультурного опыта проявляются наиболее явно в интракультурной среде. Проявление такого, этнически отличного от других, самосознания обеспечивает адекватное взаимодействие представителя определенной этнической общности с окружающим миром с целью приспособления к нему: происходит своеобразная адаптация поведения коммуникантов согласно личным представлениям человека о нормах и условиях совместного проживания.

В результате такой «адаптации» сформированные в этническом сознании «картины мира», «образы сознания» могут трансформироваться, корректируя отражение реального мира в зеркале собственных внутренних ощущений и понятий.

Этнокультурную окраску трансформируемая мысль приобретает в процессе вербализации. Именно язык как основной этнодифференцирующий признак с помощью системы своих значений и ассоциаций создает этническую неповторимость, именно язык *«раскрашивает мир в этнокультурные цвета»*.

Неисчерпаемые проблемы, связанные со спецификой языкового сознания этноса, национально-культурными особенностями его менталитета, способны прояснить результаты массовых ассоциативных экспериментов, которые предполагается представить в докладе.



## **АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

В последние несколько лет в немецком языке возросло количество англицизмов – слов, заимствованных из английского языка. Причинами многих заимствований стали: исторические события (войны, революции, новые политические режимы и т.д.), интернациональный статус английского языка, необходимость обозначения реалий, ранее не существовавших на территории Германии, развитие техники и других профессиональных сфер человеческой деятельности, естественное стремление языка к краткости и лаконичности, отсутствие эквивалентов в языке, возросшая популярность сети Интернет. Многие англицизмы, входя в язык, становятся действительно важной лексической единицей данного языка, успешно ассимилируются и понятны подавляющему большинству немецкоговорящего населения. Наравне с ними в язык также приходят англицизмы, не несущие особой важности для языка, порой вызывающий затруднения в понимании. В основном, такие слова используются молодежью, чтобы показать себя, свою осведомленность.

Перед учеными-филологами встает вопрос: как сказывается увеличение количества заимствований из английского языка на немецкий? В том случае, когда англицизмы составляют больше половины лексики немецкоговорящего человека, возникают трудности понимания, особенно во время коммуникации между старшими и младшими поколениями. Кроме того, на первый план выходят проблемы сохранения национального языка и лингвокультурной идентичности. С другой стороны, нельзя

забывать о том, что процесс ассимиляции иноязычной лексики является естественным для любого языка.

*Столбова А.А.*

*Московский институт лингвистики*

*Научный руководитель – Лапин А.А*

*Консультант – Орлова О.С.*

## **ХАРАКТЕРНЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ПРАВОВЫХ ТАМОЖЕННЫХ ДОКУМЕНТОВ**

Тексты организационно-распорядительных документов таможенной тематики представляют собой обширную область для проведения исследования и обладают характерными лингвистическими особенностями. К лексике языка правовых таможенных документов относится высокая степень терминованности, которая определяется обилием профессиональных терминов и выражений, с учетом специфики деятельности структурных подразделений Федеральной таможенной службы Российской Федерации. К терминам примыкает огромный пласт номенклатурной лексики: номенклатура наименований, номенклатура должностей, номенклатура структурных подразделений таможенных органов и т.д. Происходит сокращение номенклатурных знаков различного свойства. Как отдельно, так и в качестве характерной черты терминованной лексики можно выделить наличие процедурной лексики, т.е. лексики с обобщенным значением, при этом слово используется в одном возможном значении.

Грамматически для правовых текстов таможенных документов характерно главенство простых предложений и распространенных предложений с обилием однородных членов предложения. Регулярно используются стандартные конструкции, наблюдается унификация грамматической структуры словосочетания и словоформы. В текстах

организационно-распорядительных документов производные предлоги закрепляются за определенной падежной формой, как и клишированные фразы. Синтаксической особенностью языка правовых бумаг таможенных органов является то, что вышеупомянутые простые предложения передают информацию, по объему равную информации, передаваемой с помощью сложного предложения, а отдельные словосочетания могут передавать такую же информацию, как придаточные предложения. Синтаксически предложение часто осложняется причастными и деепричастными оборотами. В некоторых жанрах (служебная записка, приказ, постановление) текст равен предложению. Порядок слов строг и консервативен. Подзаголовки пунктов в организационно-распорядительных документах придают тексту логический и аналитический характер.

*Жолдыходжа Н.*

*Южно-Казахстанский государственный педагогический институт*

Научный руководитель – *Сандыбаева Н.А.*

## **СПЕЦИФИКА ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ КАЗАХСТАНА**

Специфика функционирования русского языка в Республике Казахстан в последние годы связана с экономическими, социальными, культурными изменениями, которые произошли в казахстанском обществе. Заимствование в русском языке Казахстана характеризуется образованием интеркультурем, причины возникновения которых определяются экстралингвистическими факторами: созданием аппарата нового государства, появлением новых денежных знаков, государственных символов Республики Казахстан, новой законодательной системой и др. Интеркультуремы отражают, во-первых, общую культуру контактирующих

этносов (*аким, тенге, аксакал, рынок, класс* и т.д.); во-вторых, специфику казахской национальной культуры (*юрта, кошма, бай, бешбармак* и т.п.); в-третьих, собственно русскую культуру, приобретенную и принятую казахами: (*чапушки, самовар*, а также элементы речевого этикета: *извините, привет, до свидания* и т.д.). Особый интерес представляют деривационные производные тех интеркультурем, при образовании которых актуализируются и исконно русские, и иноязычные морфологические словообразовательные элементы, например, суффиксы -ов-, -овк- (*джигит – джигитовка*), -ск- (*аким – акимовский*), -ушк-, -ашк-, -ешк-, -ишк- (*пидала – пидалушка, апа (бабушка) – апашка, ата (дедушка) – аташка, тате (тетя) – татешка, корпе (одеяло) – корпешка*) и др.

Мы предприняли попытку сопоставить образы сознания представителей русского лингвокультурного сообщества, проживающих в разном геополитическом пространстве (в частности, в Казахстане) и обнаружить отражение этих изменений в русском языке казахстанцев. По мнению Президента РК Н.Назарбаева, такие слова, как «музей», «архив», «композитор и др., ассимилировавшиеся во многих языках мира, не следует переводить как «мұражай» и «мұрағат», «сазгер», эти слова – интернациональные».

*Горская С.Д.*  
*ГБОУ МГПУ, ИГН*  
Научный руководитель – *Николаева М.Н.*

## **ФУНКЦИИ РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА И ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ИХ ВОПЛОЩЕНИЯ**

1. Слоган – это рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение и входящая во все сообщения в рамках рекламной кампании.

2. Функции рекламного слогана: побудительная; аттрактивная; агональная; поучительная; моделирующая; декоративная (орнаментальная).

3. Среди наиболее употребительных экспрессивных средств в англоязычных слоганах мы выделили следующие прилагательные: natural, better, passionate, good, romantic, best, free, great, real, easy, rich; genuine, authentic, original, new.

4. В рекламе используется широкий спектр изобразительно-выразительных приемов и средств (гипербола, аллюзия, метафора, сравнение, олицетворение, оксюморон, эпитет); синтаксических приемов (эмоциональная инверсия, риторические вопросы и восклицания, парцелляция, незаконченные предложения, синтаксический параллелизм) и фонетических средств (аллитерация и ассонанс, игра слов, рифма, ритм и т.д.).

5. Эффективность рекламного слогана зависит от удачного соединения всех составляющих его компонентов: изображения, звука, образа, словесной оболочки. Часто благодаря визуальной информации ключевая рекламная идея получает свое реальное воплощение, выражаясь другими словами, начинает «работать».

*Абдиразак А.*

*Южно-Казахстанский государственный педагогический институт*

*Научный руководитель – Темирбекова Г.А.*

## **НАУЧНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОСВОЕНИЯ ГЛАГОЛЬНЫХ ФОРМ В ШКОЛЕ С НЕРУССКИМ ЯЗЫКОМ ОБУЧЕНИЯ**

Русский язык как учебный предмет имеет большое значение в деле гуманитарной подготовки к жизни подрастающего поколения: он закладывает основы лингвистического образования. Знания о нем выполняют две

функции: они обеспечивают компетентность учеников в пользовании языком, а также служат базой формирования языковых и речевых умений и навыков. Компетентность учащихся в знаниях о языке и речи обеспечивается в результате изучения всех сторон языка и речи, его обеих форм – устной и письменной, норм литературного языка. Существенное значение при изучении русского языка имеет описание способов словоизменения, которое дается в морфологии: в этой части грамматики излагаются основные характеристики частей речи.

В докладе планируется представить проблемные вопросы освоения форм глагола (в частности, видо-временных категорий) учащимися школ с нерусским языком обучения. Многообразие форм глагола в русском языке представляет большие трудности для учащихся-казахов. Эффективную методическую систему можно построить только на основе сопоставительного анализа основных категорий русского и казахского глаголов, а также систем спряжений. При изучении темы “Глагол” необходимо обращать внимание учащихся на различия форм русского и казахского глаголов и проводить целенаправленную работу по созданию умений и навыков правильного образования и употребление различных форм глагола в русской речи. Значительную трудность представляют для учащихся усвоение категорий вида: это объясняется отсутствием в родном языке учащихся вида как самостоятельной грамматической категории. Беседа с учителями-словесниками, а также наблюдения, проводимые нами в школах города, свидетельствуют, что материал сопоставительной типологии русского и казахского языков – необходимое условие эффективного усвоения понятий и определений, изучаемых в теме “Глагол”.

*Джафаров Алиакбер Расул Оглы*  
*НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»*  
Научный руководитель – *Вишнякова Е.Г.*

## **ЛЕКСИКО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ФУТБОЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ (на примере британской газеты «The Telegraph»)**

Материалом для анализа послужили футбольные обзоры в газете «The Telegraph». В собранном лексическом материале выделено 10 тематических групп: соревнования, этапы соревнований, прозвища футбольных команд и др. Характерной чертой футбольных обзоров является насыщенность футбольными терминами, ведь в них коротко описываются события матча. Особенностью футбольной терминологии является ее открытость широкому кругу людей, как профессионалам (футболистам, тренерам, спортивным журналистам), так и обычным болельщикам. Поскольку футбольный обзор принадлежит к общественно-информативному жанру газетно-публицистического функционального стиля, то его основной функцией является сообщение информации. Однако спортивные журналисты часто прибегают к использованию экспрессивных средств, чтобы с большей эффектностью преподнести события на поле. Особенностью газетного дискурса является употребление подобной экспрессивной лексики, для того чтобы не только воссоздать реальную картину событий, но и передать адресату впечатления об этих событиях и отношении к ним, а также чтобы усилить воздействие на аудиторию и подчеркнуть важность высказывания.

Футбольная лексика в средствах массовой информации отличается разнообразием, она представляет собой синтез языковых средств многих речевых стилей. Здесь используются как узкоспециальные устойчивые фразеологические единицы и словосочетания, термины, сокращения и аббревиатуры, так и

экспрессивные языковые единицы, которые передают стилевую и эмоционально-оценочную окраску. Футбольная лексика активно пополняет состав общеупотребительного словаря английского языка.

*Зявкина Е.*

*Московский государственный педагогический  
университет*

Научный руководитель – *Беляева В.Е.*

## **ПАМЯТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ ПОЭТИКИ ТРАВМЫ В РОМАНЕ ДЖОНАТАНА САФРАНА ФОЕРА «ПОЛНАЯ ИЛЛЮМИНАЦИЯ»**

Изучение феномена травмы в науке является на сегодняшний день актуальным, с одной стороны, ввиду ее междисциплинарного характера, с другой – в силу того, что современное общество регулярно сталкивается с различными формами социальных потрясений, которые, так или иначе, находят свое отражение в культуре.

В рамках исследования травматического опыта в целом можно выделить три вида травмы: индивидуальную, коллективную и культурную. В каждом из случаев она будет обладать специфическими характеристиками.

Особую сложность вызывает формирование особого «языка» травмы, то есть способов описания самого травматического опыта, а также его последующих симптомов. Под «языком травмы» в данном случае понимается некая модель, позволяющая исследовать условия производства текстов о травме.

В связи с этим можно утверждать, что литературоведение считается одним из самых многообещающих направлений в исследовании травмы. Это обусловлено тем, что в рамках художественного произведения травма носит мифологический характер, выступая в роли



своеобразной «метафоры», позволяющей не встраивать травму в определенные рамки.

Выделить вышеуказанную «метафору» травмы в тексте художественного произведения можно посредством изучения его поэтики. В рамках данного исследования анализ был проведен на материале текста романа Джонатана Сафрана Фоера «Полная иллюминация» (2002).

Человеческая память является главной темой в романе и вместе с тем ключевым элементом поэтики травмы. С одной стороны, автор пишет о конкретных воспоминаниях героев, связанных с трагическими событиями войны, с другой – говорит о травматическом мета-воспоминании, повторяющемся из поколения в поколение.

В романе действия героев «обусловлены» и так или иначе связаны с памятью: ее теряют, восстанавливают, разыскивают, находят и сохраняют. При этом практически все воспоминания носят травматический характер, поэтому все события можно трактовать с точки зрения теории травмы.

Поэтика травмы романа строится на взаимодействии различных художественных приемов содержательного, композиционного или стилистического характера, которые так или иначе «отсылают» читателя к травматическому опыту еврейского народа, а именно Холокосту во время Второй мировой войны.

В содержательном плане из приемов, связанных с памятью героев о травме, можно выделить сны, прием «молчания» персонажей, а также мотивы «ускользания» памяти и «флешбэки», то есть внезапные воспоминания о трагических событиях у героев романа.

В композиционном плане представляет интерес чередование сюжетных линий в романе, которые, с одной стороны, связывают прошлое и настоящее в мире героев, с другой – помогают читателю провести определенные параллели. Представляет научный интерес также пространственно-временные решения в романе, которые также обусловлены памятью героев.

Стилистически тема травматической памяти решается многочисленными повторами слов, фраз и целых предложений, а также использованием автором графонов в тексте произведения.

Помимо всех вышеперечисленных приемов тема травматической памяти связана с вопросами национального самосознания, веры, любви и преемственности поколений, что помогает усилить художественное воздействие темы травмы в романе.

*Алиева А.*

*Южно-Казахстанский государственный педагогический институт*

Научный руководитель – *Алтынбекова Г.К.*

## **ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИЧЕСКОГО СТРОЯ НАУЧНОГО СТИЛЯ РЕЧИ**

Значительную часть лексики научной речи составляют слова общенаучного употребления, используемые в разных отраслях знаний. Такая лексика представляет собой многоуровневую структуру, в составе которой можно выделить несколько «слоев», различающихся сферой употребления, содержанием понятия, особенностями обозначаемого объекта. Первый уровень – это наиболее общие понятия, одинаково актуальные для всех или для значительного ряда наук. Ко второму уровню относят понятия, общие для таких смежных наук, которые имеют общие объекты исследования, например: вакуум, вектор, генератор. Такие понятия обычно служат связующим звеном между науками одного более или менее широкого профиля, и их можно определить как профильно-специальные. К третьему уровню следует отнести узкоспециальные понятия, характерные для одной науки (иногда двух-трех близких) и отражающие специфичность предмета исследования,

например, лишь в лингвистических отраслях знаний встречаются термины: фонема, морфема, флексия и др.

В наиболее общих чертах это деление отражается в разграничении общенаучных терминов (они составляют общий понятийный фонд науки в целом, не случайно обозначающие их слова оказываются наиболее частотными в научной речи) и специальных, которые закрепляются за определенными областями знания. Использование этой лексики – важнейшее преимущество научного стиля; термины, по словам Ш.Балли, «являются теми идеальными типами языкового выражения, к которым неизбежно стремится научный язык»

В предлагаемом докладе основное внимание будет уделено стратификации терминологической лексики, имеющей наиболее ярко выраженную определенную функционально-стилевую значимость.

*Властовская М., Джумакулиева Г.*  
*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – *Хаимова В.М.*

### **Стилистическая функция антонимов (на материале рассказа А.П.Чехова «Он и она»)**

Явление антонимии в языке обусловлено свойственным человеку восприятием действительности во всей противоречивой сложности.

Употребление антонимов в рассказе настойчиво подчеркивает **противоречивое сосуществование различных черт в характерах героев**, в их образе жизни, делает эти характеристики яркими и выразительными. В рассказе ярко описываются герои, которых на первый взгляд мало что связывает. «Она – *известная певица*, он – *только муж известной певицы*». Автор характеризует супругов, используя не только словарные, но и контекстуальные антонимы. При

этом можно говорить о некоем текстовом пространстве, построенном на антонимах.

Но герои способны к преобразению, к умению увидеть друг в друге иную сторону, очищенную от житейской скверны и суеты. Они способны оценить то, чего им самим недостает. Они способны к перерождению под влиянием искусства, потому что героиня действительно преобразается, и тогда он способен увидеть в ней большее, чем он видит каждый день, а героиня ценит в нем ту решительность, с которой он отстаивает свое мнение и нежелание мириться с ложью и лестью. И это поразительно, поскольку в своей суетной жизни она ценит *«купленный Иудин поцелуй»*, который ей милее *некупленной критики»*.

Итак, психологическая глубина этого рассказа выражена с помощью многих средств, но одно из важнейших – это антонимия, которая является главным композиционным средством, вплетенным в художественную ткань рассказа. Но, несмотря на то, что мы провели некоторый анализ стилистической функции антонимов в рассказе А. П. Чехова, тайна любви героев остается, и в этом суть всякого художественного произведения – невозможность исчерпать его до дна.

## Секция 2. Страноведение

*Курскова А.А.*  
*НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»*  
Научный руководитель – *Николаева М.Н.*

### ВЕЛИКИЕ ЖЕНЩИНЫ АНГЛИЙСКОГО СРЕДНЕВЕКОВЬЯ

В попытке понять, каково было положение женщин в Средние века и как относились к женщинам мужчины, обнаруживается, что средневековые источники изобилуют противоречиями. Женщину идеализировали, но вместе с тем изображали как создание пустое и злобное. Кодекс поведения рыцаря – служение Прекрасной Даме, утончённая учтивость поведения с благородными дамами. Но это отношение не распространялось на женщин низкого происхождения. Самыми злостными клеветниками женского пола были священнослужители. Все служители Средневековой церкви давали обет безбрачия. Однако в средневековой Англии были великие женщины, вошедшие в историю. Такие как: Элеонора Аквитанская, Изабелла Ангулемская.

Благородные женщины английского королевского двора принимали самое активное участие в развлечениях мужчин. Естественно, дамам отводилась не последняя роль и в увеселениях женщин. Наконец, дамы посещали захватывающие зрелища. Иногда дамы сами принимали участие в особой разновидности турниров. Средневековые женщины проявили себя во времена настоящих кровопролитных войн. Английская история знает примеры благородных дам, которые не вели войска в бой, но обороняли свои замки, подобно Николе де ла Эй, мужественно отстаивавшей замок Линкольн от противников короля Генриха III в 1217 г. В любви и на войне, дома и в поле, в забавах и в

труде средневековые женщины не отставали от мужчин, они разделяли все их заботы и радости, нисколько не уступая в этом женщинам наших дней.

*Орешикова Е.О.*

*НОУ ВПО «Новый Гуманитарный Институт»*

*Научный руководитель – Николаева М.Н.*

## **АЛИЕНОРА АКВИТАНСКАЯ – НЕОРДИНАРНАЯ ЖЕНЩИНА И ЛИЧНОСТЬ РАННЕГО СРЕДНЕВЕКОВЬЯ**

Женщина удивительной красоты, характера и нрава, выделяющих её в ряду женщин-правительниц своего времени, француженка Алиенора Аквитанская была одной из самых выдающихся представительниц прекрасного пола во времена раннего Средневековья. Ее воспевали трубадуры, в ее честь рыцари сражались на турнирах. Перед ее красотой и умом склоняли голову короли. Вместе с мужем, королем Франции Людовиком VII, она участвовала во Втором крестовом походе. Она оказала влияние на события в Европе больше, чем иной правитель того времени.

Сумев добиться развода с первым мужем, королем Франции Людовиком VII, в мае 1152 года Алиенора Аквитанская стала женой Генриха Плантагенета – будущего короля Англии Генриха II. Вместе с ним она обдумывала проекты новых законов и принимала просителей, не без ее влияния Генрих подтвердил все привилегии, дарованные английской церкви и городам. Алиенора прожила жизнь, насыщенную любовью, рождением и смертью детей. Из детей Алиеноры, трое из пяти сыновей – Генрих, Ричард и Джон стали королями, а две из пяти дочерей – Леонор и Джованна – королевами. Остальные дети тоже заключили весьма выгодные браки и в стратегическом, и в материальном плане, конечно же, не без участия Алиеноры. С именем этой сильной и

незаурядной женщины связано множество домыслов, легенд, ей посвящено огромное количество исторических трудов.

*Комиссарова Е.А.*

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – *Ковальчук О.В.*

## ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ КАРТА ГЕРМАНИИ

Немецкая кухня древняя, начало берет ещё со времен Римского владычества, когда древние германцы, предки современных немцев, жили на территории сегодняшней Германии. Следует отметить, что в немецкой кухне нет единства, у каждого региона есть свои особенности. Обилием оригинальных блюд в местной кухне отличаются южные районы Баварии и Швабии.

Особо популярна в Германии свинина, приготовленные из нее блюда являются сегодня визитной карточкой этой страны. Германия славится огромным количеством сортов колбас. На данный момент немецкие кулинары создали более 1500 видов различных колбасок и сосисок. Овощи употребляются в составе густых супов-пюре или в отварном виде в качестве гарнира. В Германии насчитывается около 300–600 различных сортов хлеба, начиная от белого хлеба из пшеничной муки и «серого» хлеба (нем. Graubrot) и заканчивая «чёрным» хлебом (на самом деле он тёмно-коричневый) ржаной хлеб (нем. Schwarzbrot). Хлеб является важной частью немецкого стола. О важности хлеба (нем. Brot) в немецкой кухне свидетельствуют и такие слова, как Abendbrot (ужин, буквально «вечерний хлеб»), и Brotzeit (второй завтрак или полдник, буквально «хлебное время») Под этим названием в Германии представляют всевозможные виды выпечки, различные пирожные и печенья. Пиво в Германии пользуется повсеместной популярностью. Ему даже посвящён фестиваль

– Oktoberfest, проводимый ежегодно собираются в Мюнхене. В ряде регионов производятся собственные сорта местного пива.

**Кураксина В.Н.**

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – **Ковальчук О.В.**

## **СИСТЕМА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ГЕРМАНИИ**

К высшим учебным заведениям в Федеративной Республике Германия относятся: классические университеты (Universität/Uni), составляющие основу системы высшего образования, а также технические (Technische Universität) и общие (Gesamthochschule) университеты и вузы, статус которых приравнивают к университетским: педагогические институты (Pädagogische Hochschule), медицинские колледжи (Medienhochschule), философско-теологические и церковные колледжи (Theologische Hochschule), а также колледж спорта (Sporthochschule). Также к вузам неуниверситетского типа принадлежат профессиональные высшие школы, (университеты прикладных наук) (Fachhochschule), дающие профессиональное образование в сферах бизнеса, экономики, сервиса, сельского хозяйства и прикладного искусства, а также музыкальные и художественные вузы (Kunsthochschule und Musikhochschule). Естественно, кроме перечисленных вузов к системе высшего образования Германии входят несколько государственных и частных колледжей для повышения профессиональной подготовки (Berufsakademien), которые объединяют теоретическую подготовку с практикой на производстве.

Учебный год в немецких вузах состоит из двух семестров: зимнего и летнего. При этом начать обучение можно с любого семестра: зимнего (с сентября-октября) или летнего (марта-апреля). Программа обучения в высших



учебных заведениях построена так: сначала двухгодичный базовый курс (Grundstudium), который заканчивается сдачей промежуточных экзаменов (Zwischenprüfung) или ещё так называемый преддипломный экзамен (Diplom-Vorprüfung). Успешная сдача этих экзаменов позволяет на следующем уровне, то есть перейти на двухгодичный профессиональный курс (Hauptstudium). Обучение на данном курсе включает в себя углубленное изучение дисциплин специализации, длится, как правило, ещё 5 семестров и заканчивается выпускными или государственными экзаменами (Staatsexamen) на получение диплома (Diplom).

*Полушина И.А.*

*Московский институт лингвистики  
Научный руководитель – Ковальчук О.В.*

## **ПОНЯТИЕ «НЕМЕЦКОЕ КАЧЕСТВО» КАК ОСНОВНОЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА ГЕРМАНИИ**

Всемирно известные немецкие бренды, представляющие различные отрасли промышленности Германии, такие как Bosch, Siemens, AEG, Mercedes, Audi, BMW, Carl Zeiss, Nivea, Bayer, Henkel, Dr. Oetker, Puma, Adidas и многие другие, стали популярными во многом благодаря особому подходу к контролю качества. Выражение «немецкое качество» стало столь распространенным, что мы редко задумываемся над содержанием, вкладываемым в это понятие.

История маркировки «Сделано в Германии», которая со временем стала синонимом понятия «качество», начинается с конца 19 века. Тогда Великобритания ввела требование маркировки импортируемой продукции; чтобы защитить страну от товаров предположительно более низкого качества. Поскольку качество немецких товаров было высоким, и часто даже более высоким, нежели британских, эта маркировка

позднее стала чем-то вроде знака качества. Чем большим успехом пользовалась продукция немецких производителей, тем активнее использовался знак "Made in Germany" в рекламе и в роли маркетингового инструмента. Проанализировав рекламные тексты, можно утверждать, что понятие «немецкое качество» как важнейший торговый аргумент передовых отраслей немецкой экономики является стереотипом и используется с целью подчеркнуть солидность и серьезность предлагаемой продукции, так как известно, что большая часть немецкого производства находится сегодня за пределами страны, на предприятиях заняты в основном иностранцы. Тем не менее, за маркировкой "Made in Germany" стоят вековые традиции, передовые технологии и высокая доля ответственности за качество.

**Фоменко В.С.**

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – **Ковальчук О.В.**

## **ОСОБЕННОСТИ ЖАРГОНА УЗНИКОВ КОНЦЛАГЕРЕЙ ФАШИСТКОЙ ГЕРМАНИИ**

В докладе затрагивается вопрос о причинах появления особого лагерного жаргона среди узников концлагерей и особенности его употребления, а также пути возникновения специального языка заключенных. Рассматриваются как универсальные черты, присущие любому лагерному или тюремному жаргону, так и специфические. Одна из особенностей данного жаргона – наличие границ его употребления. Не все узники знали иностранные языки, поэтому следствием этого общения было появление лингвистических конструкций, присущих исключительно для данной социальной и исторической ситуации. Эти обороты представляли собой слова и выражения из различных языков, использовавшихся для общения между узниками различных

национальностей. Немецкий, испанский, итальянский, русский и польский языки вложили свою лепту в общелагерный лексикон.

Самыми популярными и интернациональными считались разного рода оскорбительные выражения. Вторыми по распространенности являются наименования мест, вещей, отношении и процессов. Для обозначения активных действий и конспиративных замыслов использовались русский, немецкий и как ни странно, испанский языки. В своем исследовании я опиралась на специальный словарь жаргона концлагерей фашистской Германии, созданный Назаровым И.Ф. Источниками данного ресурса послужили воспоминания бывших заключенных немецких концентрационных лагерей и специальные публикации о лагерном жаргоне. В таком специфическом языке можно выделить слова, которые использовались во всех лагерях повсеместно, но есть и такие, которые несут узколокальный характер.

*Медникова В.И.*

*Московский институт лингвистики  
Научный руководитель – Ковальчук О.В.*

## **ИСТОРИЯ И ТРАДИЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ ВЕНСКИХ БАЛОВ**

Венский бал как культурная традиция является визитной карточкой Австрии и привлекает много гостей со всех уголков мира. Это одно из наиболее известных событий светской жизни Европы. Балы проводятся ежегодно, сезон открывается в новогоднюю ночь в венском дворце Хофбург, где проходит Императорский бал, и продолжается до Великого поста. За сезон проводится несколько десятков балов: Венский Бал Жизни, Королевский бал, Цветочный Бал, Бал Экономического Университета, Бал Венской Филармонии, Бал Технического

Университета, Бал Университета БОКУ и так далее. Каждый бал имеет свое название, традиции и церемониал.

Корни венских балов следует искать еще во времена венского конгресса. В танцах участвовали практически все: от аристократов до простых людей. В конце XIX века одним из главных событий в империи стал Придворный бал. После распада Австро-Венгрии в 1921 году на место Придворного пришел Оперный бал. Начал свое существование он задолго до этого в редутных залах дворца. Начиная с 1935 года, крупнейший бал австрийской столицы проводится в четверг, предшествующий пепельной среде, в Венской государственной опере.

Венский бал – это культурное событие, не утрачивающее свою популярность. По его образу и подобию проводятся Оперные балы в разных странах мира. Венские балы занесены ЮНЕСКО в список нематериального культурного наследия.

*Мухина Ю.В.*

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – *Ковальчук О.В.*

## **ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ НЕМЕЦКОГО ФУТБОЛА**

Говоря о немецкой культуре, нельзя не затронуть спортивную тему. В настоящее время футбол является самым популярным видом спорта в Германии. Футбол является международным видом спорта. Зародившись в Англии, в Германии он появился гораздо позже. В Германию футбол проникал как через морские порты с севера и северо-запада, так и с юга и юго-запада, через Швейцарию, где в английских учебных заведениях получали образование отпрыски финансовой и промышленной элиты Германии. В тоже время Германия единственная страна, которая поначалу оказала сопротивление этому спортивному нововведению, в тогдашней Пруссии спорт воспринимался исключительно как

подготовка к армейской службе. Для этого была даже разработана специальная гимнастическая система, кстати, весьма популярная далеко за пределами Германии, в том числе и в России. Немецкая Федерация Футбола была основана в 1900 в Лейпциге представителями 86 клубов. Немецкая национальная команда сыграла первую игру в 1908.

Сегодня на международной арене Германия является одной из самых успешных футбольных наций в мире. Немецкая сборная по футболу выиграла четыре чемпионата мира, кроме этого три чемпионата Европы. Женская сборная по футболу дважды выигрывала чемпионат мира среди женщин, это значит что Германия единственная страна, которая выигрывала женский и мужской чемпионат мира. Германия насчитывает более ста футбольных клубов. Футбольной жизнью Германии управляет DFB (Немецкая Футбольная Ассоциация). Германская Бундеслига представляет известные всему миру команды, такие как Бавария, Айнтрахт, Штутгарт, Боруссия Дортмунд и др. Славится также немецкая тренерская традиция.

*Виноградова А.С.*

*НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»*

*Научный руководитель – Вишнякова Е.Г.*

## **МАРИЯ КЛАВДИЕВНА ТЕНИШЕВА – ПРОПАГАНДИСТ РУССКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ИСКУССТВА**

М.К. Тенишева родилась в 1858 г. в Петербурге. В 16 лет – ранний несчастный брак, рождение дочери. В надежде на свой сильный, «оперный», голос уезжает во Францию, учится пению. Берёт также уроки изобразительного искусства, проявляя яркие способности к живописи. Проявляется страсть, сыгравшая важную роль в её судьбе, – любовь к старине. Оперная карьера не сложилась, возвращение в Россию. Знакомство с князем Тенишевым. Замужество. Супруги

поселились в городке Бежица, где Мария Клавдиевна становится попечителем единственной школы, улучшает быт рабочих. По переезде в Петербург организовала бесплатную мастерскую для одарённых молодых художников, финансировала издание журнала «Мир искусства». Княгиня увлеклась эмальерными техниками. Защитила диссертацию под названием «Эмаль и инкрустация». В своём имении Талашкино Мария Клавдиевна создала гостеприимную, творческую атмосферу, которая привлекала туда многих известных художников, музыкантов, учёных.

В поездке по России собрала коллекцию из предметов народного декоративно-прикладного искусства, которую представила на выставке в Лувре. Во время Всемирной Парижской выставки 1900 года князь Тенишев был верховным комиссаром российской экспозиции. В создании художественного оформления русских павильонов и организации культурной программы активное участие принимала княгиня. После революции уехала во Францию и занималась эмальерным искусством до самой смерти весной 1928 года. Похоронена на русском кладбище в Сент-Женевьев-де-Буа.

*Ильницкий Е.Г.*

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – *Ковальчук О.В.*

## **СИСТЕМА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ГЕРМАНИИ**

Система здравоохранения в Германии имела достаточно времени для совершенствования и эволюции в одну из самых лучших систем здравоохранения в мире. В основе системы здравоохранения Германии лежит главный принцип — принцип солидарности. Имея полис той или иной страховой компании, так называемой больничной кассы (Krankenkasse), пациент может получить амбулаторную или стационарную медицинскую помощь. Что же касается персонала, то в

больницах, в отличие от частных кабинетов, работают в основном врачи без специализации (Assistenzarzt), но под руководством опытных и узкоспециализированных врачей. Примерно 45% от всех врачей работают именно в частных кабинетах. Врач в частном кабинете является и работником (как врач), и менеджером (как владелец этого кабинета), и предпринимателем (продающим те или иные медицинские услуги населению). Все клиники можно разделить на три категории: государственные (54%), частные (8%), благотворительные (38%). Особым статусом обладают университетские клиники, которые являются не только центром оказания высокотехнологической помощи, но также имеют огромный научно-исследовательский потенциал. Неотложная помощь в Германии оказывается абсолютно всем вне зависимости от наличия медицинской страховки, но по выздоровлении будет выслан счет на очень неприятную сумму. Девиз скорой помощи в Германии - если вы можете добраться сами до врачебного кабинета или больницы, вы не имеете права вызвать скорую. Зарплаты врачей в Германии всегда находятся в верхних позициях рейтинга оплаты труда.

*Абрамян Г.С.*

*НОУ ВПО «Новый гуманитарный институт»*

*Научный руководитель – Вишнякова Е.Г.*

## **МАРИН ЛЕ ПЕН: НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФРОНТ**

Политика Национального фронта основана на антииммигрантской риторике и националистических идеях. Основные положения программы:

- 1) прекращение иммиграции и ужесточение требований при получении гражданства;
- 2) возрождение традиционной культуры и морали;
- 3) протекционизм, поддержка французских производителей и бизнеса;
- 4) прекращение евроинтеграции.

В 1983 Жан-Мари Ле Пен декларирует во внутренней политике социально-консервативные идеи по сохранению французской культуры в условиях мультикультурализма, ужесточение наказаний за преступления и восстановление смертной казни, и атлантический и евро-скептицизм – в международных делах.

В 2007 г. Марин Ле Пен начинает реформировать НФ, делая его привлекательным для социалистов и симпатизирующих им: продвигает программу социальной поддержки и возвращения франка, выступает в защиту светских республиканских ценностей и прав женщин, традиционно продвигает семейные ценности. На выборах в Европарламент в 2014 году, на фоне высокого абсентеизма избирателей, партия получила большинство голосов. Марин Ле Пен планирует участвовать в президентских выборах 2017 года и в случае победы пообещала вывести страну из еврозоны.

*Карнаух Т.П.*

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – *Ковальчук О.В.*

## **ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТКОРРЕКТНОГО ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

Переводчики, работающие в сфере русско-немецкого сотрудничества, постоянно сталкиваются с проблемой перевода политкорректной лексики на русский язык. Как известно, политкорректность должна помочь сгладить различия и противоречия в обществе, возникающие из-за использования в речи лексических единиц, которые могут задеть или даже оскорбить чувства других людей по ряду признаков, таких как вероисповедание, раса, возраст, гендерная принадлежность, уровень физического или интеллектуального развития. Активное употребление политкорректных и неполиткорректных имён в общественно-



политической сфере обуславливает необходимость специальной подготовки переводчика к работе с данными лексическими единицами. В связи с этим необходимо проанализировать политкорректную лексику общественно-политической тематики и обобщить имеющиеся данные по вопросу перевода политкорректных имён с немецкого языка на русский, произвести инвентаризацию зафиксированных русскоязычных вариантов перевода и имеющихся лакун.

Необходимо принять во внимание то обстоятельство, что для большинства обладателей российской ментальности политкорректность представляет собой достаточно новое явление языка и культуры, поэтому перевод новых немецких терминов неизбежно будет сопровождаться трудностями при подборе соответствующих лексем русского языка. Как это часто бывает, в тех случаях, когда в принимающей культуре отсутствует та или иная традиция и связанная с ней проблематика, то и в языке-реципиенте наблюдаются соответствующие лакуны. В подобной ситуации переводчик имеет дело не столько с подбором эквивалента, сколько с заимствованием нового понятийного аппарата и соответственно новой терминологии. К основным способам осуществления перевода можно отнести заимствование новых лексем посредством транслитерации и калькирования, подбор русскоязычных эквивалентных лексем, а также описательный перевод. Параллельно внутри русского языка происходит процесс замены неполиткорректной лексики соответствующими эвфемизмами русского языка.

*Азиевская И.В.*

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – *Ковальчук О.В.*

## **СОВРЕМЕННАЯ НЕМЕЦКАЯ АРХИТЕКТУРА**

Отличительными чертами современной немецкой архитектуры можно назвать символичность и креативность.

Немецкая креативность как способ воплощения символа в постиндустриальном обществе восходит к архитектурно-художественному направлению *Bauhaus*, просуществовавшему до 1933 года. Следы влияния этого направления можно обнаружить повсеместно: плоские крыши, блочные многоэтажки, построенные из отдельных «кубиков», использование бетона и металлоконструкций – на смену архитектурной вычурности пришли строгие формы, идеальные пропорции, прочные материалы. В современном обществе возрастает роль символа, который приходит на смену идеологии потребления. Все социальное пространство насыщено символикой, и архитектура не является исключением.

После падения Стены и объединения Восточной и Западной Германии, страна, а особенно – Берлин, пережили экономический и культурный подъём, некую мини-революцию: ломался привычный уклад жизни, хотелось не просто зданий, парков, площадей, а символов нового. Поэтому так востребованы были необычные, знаковые проекты. Самым «знаковым» оказалась «застройка века» – Potsdamer Platz, или Потсдамская площадь. В русле развития национальных традиций в отдельных строениях акцентируются характерные приёмы раскрепощенного формообразования (например, в зданиях посольств Мексики, Скандинавских стран). В других подчёркивается своеобразие природных материалов (в частности, в здании посольства Индии) или воспроизводится некий классический идеал традиционной архитектуры (посольство Италии). Еще одной особенностью архитектурных объектов стало разнообразие объемных форм, объединённых с природным окружением. Немаловажным фактором при проектировке и строительстве является также энергосбережение.

### Секция 3. Перевод и переводоведение

*Костицына Е.А.*

*Московский институт лингвистики  
Научный руководитель – И.С. Самохин*

#### **СПЕЦИФИКА «ГОБЛИНСКОГО» ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРПРЕТАЦИЙ ФИЛЬМОВ THE LORD OF THE RINGS («ВЛАСТЕЛИН КОЛЕЦ»), THE MATRIX («МАТРИЦА») И RESERVOIR DOGS («БЕШЕНЫЕ ПСЫ»))**

Перевод аудиовизуальных текстов – крайне востребованный в данный момент вид переводческой деятельности. Тема нашего исследования особенно актуальна в связи с тем, что как сам кинематограф, так и киноперевод появились относительно недавно, в XX веке.

Объектом является перевод фильмов, выполненный Д. Пучковым, предметом – стилистические особенности переводов Дмитрия Пучкова («Гоблина»).

Нами рассматривается история возникновения и развития, основные трудности перевода аудиовизуальных текстов, предназначенных для озвучивания и способы их решения. Было проведено сравнение двух основных видов перевода кинематографических произведений: перевод для дальнейшего озвучивания и перевод для создания субтитров.

В работе представлен анализ особенностей переводов в исполнении Дмитрия Пучкова обеих категорий; рассматриваются пародийные техники, применяемые в «гоблинском» переводе и особенности локализации текстов.

На основе проведенных исследований можно сделать вывод, что «Гоблинские» переводы – не переводы, так как в них не ставится цели адекватно передать оригинал, но, не являясь переводом, они обнаруживают почти все техники, свойственные литературной пародии. Также было выявлено, что переводы Д. Пучкова подстраиваются под ситуацию в обществе, в них используется бытовая лексика, понятная каждому. Таким образом, Дмитрий

Пучков выполняет свои переводы в нестандартной манере, но делает это, используя профессиональные переводческие техники.

**Федулова К.**

Московский институт лингвистики  
Научный руководитель – **Ковальчук О.В.**

## ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА АВСТРИЙСКИХ ТИТУЛОВ И ЗВАНИЙ

Названия австрийских титулов и почетных званий составляют целый пласт безэквивалентной лексики австрийского варианта немецкого языка. Часто подвергаемое критике со стороны немцев данное явление служит опорой национальной идентичности австрийцев, поэтому при переводе данных лексических единиц необходимо сохранить заложенную в них коннотацию.

Такая «одержимость» титулами и причудливыми формами обращения восходит к временам правления династии Габсбургов, когда существовало более 900 официальных титулов. На сегодняшний день дворянские титулы отменены по закону, однако существует множество профессиональных и ученых званий, большинство из которых не имеют аналогов. Так, вместо англо-американского *PhD* может быть присвоено звание *Professor honoris causa*. Обычными приписками к имени на табличке двери или при обращении могут быть *Universitätsprofessor*, *Kommerzialrat*, *Kammerschauspieler*, *Konsul*, *Hofrat*, *Bergrat*. Среди них немало и достаточно абсурдных с точки зрения носителей другой культуры, например, *Особая верховная воспитательница*, *Майор-ветеринар* или даже *Верховный наездник Испанской школы верховой езды*. Это своего рода специфичность культуры, типично австрийская черта отделять себя от остальной массы людей. Сохранились также некоторые старинные титулы государственных служащих, такие как *гофрат (надворный советник)* и другие. Большинство титулов и званий присваивается президентом страны. Так, чтобы получить почетное звание профессора, нужно иметь особые заслуги в сфере науки или искусства, быть старше 50 лет и отслужить австрийскому

государству не менее 15 лет. Имея заслуги в сфере лесного хозяйства можно стать *Советником по лесному хозяйству*.

При переводе австрийских титулов чаще всего применяются приемы транслитерации, транскрипции, калькирования, а также описательный перевод или опущение.

*Маслова А.М.*

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – *Ковальчук О.В.*

### **ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА ПОЛИТКОРРЕКТНЫХ ЭВФЕМИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

Процесс образования эвфемизмов, протекающий с особой интенсивностью, свидетельствует об активном формировании новых общественных установок. Эвфемизация речи связана с феноменом политкорректности. Политкорректность выражается в избегании лексических единиц, которые могли бы быть оскорбительными для тех или иных категорий лиц. В настоящий момент в немецком языке увеличивается тематическое разнообразие эвфемизмов в общественно-политической сфере, призванных обслуживать принципы всеобъемлющей толерантности. Кроме того наблюдается попытка нивелировать различные социальные проблемы, а также размыть границы идентичности (социальной, гендерной, национальной и пр.) Особое внимание стоит обратить на неприятие и критику многих эвфемистических неологизмов как носителями немецкого языка и культуры, так и представителями иноязычных культур.

Выстраивание политкорректного дискурса протекает за редким исключением асинхронно, поэтому перевод современных немецких эвфемизмов на русский язык может вызывать трудности ввиду отсутствия в русском языке эквивалентных лексических единиц. Появление подобных лакун обусловлено, на наш взгляд, ментальными различиями представителей разных культур, а также несовпадениями в общественно-политической конъюнктуре.

Необходима фиксация появляющейся эвфемистической лексики и разработка основных принципов перевода политкорректного текста.

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ  
В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ РОМАНА МАРКУСА  
ЗУСАКА «КНИЖНЫЙ ВОР»)**

Проблемы перевода реалий касались, так или иначе, все теории перевода. Можно утверждать, что перевод реалии в художественном тексте как одной из важнейших составляющих национального колорита остается на сегодня одной из самых актуальных проблем. Реалия является частью исходного текста, поэтому ее передача в текст перевода является одним из условий адекватности перевода. Прежде чем приступить непосредственно к переводу, необходимо осмыслить незнакомую реалию в подлиннике, то есть место, занимаемое ею в контексте, – как она подана автором и какими средствами он пользуется, чтобы довести до сознания читателя ее семантическое и коннотативное содержание.

Анализ существующих приемов передачи реалий в художественном тексте помог представить переводческие операции в рамках определенной системы и выявить возможные закономерности их применения при передаче реалий. Среди основных переводческих приемов следует назвать приемы механической передачи реалий (прямой перенос без каких-либо изменений, транслитерирование, транскрибирование), создание нового слова (полное калькирование, частичное калькирование, авторский неологизм), разъясняющие приемы (описание, пояснения), уподобляющие приемы (замена своим аналогом, замена чужим аналогом, родовидовые замены, замена контекстуальным аналогом), использование различных комбинаций переводческих приемов, а также опущение. Стоит отметить, что приемы передачи реалий, относящихся к различным тематическим группам, также варьировались.

## **ПЕРЕДАЧА СЛЕНГА И ЖАРГОНА В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕРЕВОДАХ РОМАНА ЧАКА ПАЛАНИКА “FIGHT CLUB”**

Язык – мощное средство регуляции деятельности людей в различных сферах. Будучи орудием общения, язык, как зеркало, отражает особенности его носителей, их культуру и историю, реагирует на все изменения в обществе. Современный мир динамично развивается – и вместе с ним в постоянном развитии находится и сам язык. Все события, которые происходят в обществе, влияют на живое развитие разговорной речи, получают отклик в языках мира и добавляют в лексикон человечества новые фразы и выражения. Человеческое общение – один из важнейших показателей образованности и эрудированности. От того, как будет происходить общение, зависит восприятие человека обществом, его авторитет в общественной и профессиональной деятельности. Основным элементом общения является речь.

Сленг, будучи неотъемлемой частью языка и, соответственно, речи, является одним из основных и наиболее проблематичных аспектов лексикологии, поскольку отражает лингвокультурные особенности социума, который его употребляет. Сленг – это тот слой лексики, который не совпадает с литературной нормой.

Актуальность темы обусловлена малой изученностью способов перевода такого явления, как сленг, а также необходимостью более глубокого изучения проблемы передачи английского сленга и жаргона на русский язык для достижения адекватности художественного перевода.

Объектом исследования является роман Чака Паланика “Fight Club”, предметом – передача сленгизмов и жаргона в русскоязычных переводах исследуемого произведения, выполненных И. Кормильцевым, Д. Савочкиным, А. Егоренковым.

Цель данной работы заключается в сравнительно-сопоставительном анализе передачи сленга и жаргона в русскоязычных переводах романа Чака Паланика “Fight Club”.

В соответствии с предметом, объектом и поставленной целью в работе были рассмотрены основные разновидности англоязычных сленгизмов и жаргонизмов и определены основные способы их передачи на русский язык – как в целом, так и в рамках исследуемого художественного произведения.

**Колесник В.В.**

*Московский институт лингвистики  
Научный руководитель – Самохин И.С.*

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ СОВРЕМЕННЫХ АМЕРИКАНСКИХ КИНОКОМЕДИЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

Перевод во многом обуславливает культурное развитие человечества. Именно с помощью перевода мы знакомимся с жизнью и бытом других стран. В настоящее время одной из наиболее востребованных сфер нашей жизни является кинематограф. Соответственно, перевод названий фильмов играет важную роль в современном обществе. Как правило, популярность фильма определяется его названием, поскольку чаще всего заголовок привлекает зрителя в наибольшей степени. Как показывают исследования, около 80 процентов читателей газет и журналов обращают внимание исключительно на заголовки. Подобная ситуация имеет место и с кинематографическими произведениями. В большинстве случаев ориентиром при выборе фильма является именно название.

Перевод названий фильмов – сложный процесс, в ходе которого переводчик выступает в качестве посредника между текстами на исходном языке и языке перевода. Переводчик может добиться большого успеха и большего коммуникативного эффекта, адаптируя название кинофильма с учетом специфики принимающей среды.

Как составление, так и перевод названия являются очень трудными процессами. Поэтому необходимо выбрать верную структуру названия для определённого жанра фильма, решить, нужно ли использовать в названии какие-либо стилистические приемы и тому подобное. Необходимо не только составить



привлекательный для зрителя заголовок, но и умело перевести его на русский язык, не потеряв связи с содержанием фильма.

Актуальность нашего исследования состоит в изучении особенностей перевода названий американских кинокомедий – области перевода, которая до сих пор мало исследована лингвистами. В ходе исследования мы пришли к следующим выводам:

- Перевод названий американских кинокомедий занимает особое положение среди различных видов перевода и по праву может считаться отдельным видом перевода, так как имеет ряд существенных особенностей.
- При адаптации названий американских кинокомедий переводчики чаще всего прибегают к трем переводческим стратегиям: дословному переводу, трансформации и замене.
- В настоящее время доминирующей тенденцией при переводе названий американских кинокомедий является прагматический перевод, ориентированный на частотное использование замен.
- Выбор стратегии перевода названия американских кинокомедий определяется потребностью в социокультурной или прагматической адаптации текста, то есть в таком переводе названия, который бы нес смысловую нагрузку, соответствующую смысловой нагрузке фильма.

Таким образом, можно утверждать, что перевод названий кинокомедий имеет ряд специфических особенностей, не учитывая которые невозможно выполнить качественный перевод. Поэтому в заключение нам также хотелось бы отметить, что перевод названий кинофильмов, кроме знания языка на высоком уровне, требует от переводчика особой ответственности, изобретательности и предприимчивости.

**Ченик М.А.**

*Московский институт лингвистики*

Научный руководитель – **Лапин А.А.**

Консультант – **Орлова О.С.**

## **ОСОБЕННОСТИ МЕДИЦИНСКОГО ПЕРЕВОДА**

Медицинский перевод является очень распространенным видом перевода в наше время. Высокий спрос на медицинский

перевод в последние годы обусловлен тем, что происходит активное продвижение на российский рынок продукции ведущих зарубежных производителей лекарственных средств и медицинского оборудования, а также ростом числа российских граждан, выезжающих на лечение за границу. Качественный медицинский перевод является необходимым условием достижения этих целей. В медицинской литературе встречается много специальных терминов и сокращений, что представляет наибольшую сложность для перевода. Переводчик должен максимально точно перевести медицинские термины, исключая всякую двусмысленность. Таким образом, переводчик должен обладать соответствующей квалификацией и иметь значительный опыт работы.

Для правильного перевода терминов необходимо знать их морфологическое строение, семантические особенности, которые отличают их от общеупотребительных слов, основные типы терминов-словосочетаний, а также структурные особенности и специфику употребления. Также одним из важных вопросов при переводе медицинской литературы является проблема так называемых «ложных друзей переводчика» или межъязыковых омонимов (межъязыковых паронимов) — это пара слов в двух языках, похожих по написанию или произношению, зачастую с общим происхождением, но отличающихся по значению. Этот факт особенно актуален для медицинских текстов, поскольку в них присутствует большое количество греческих и латинских заимствований, некоторые из которых в наши дни были переосмыслены и вошли в разные языки, обладая уже другим значением.

*Вильчек Е.А.*

*Московский институт лингвистики*

*Научный руководитель – Ланин А.А.*

*Консультант – Орлова О.С.*

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МУЖСКИХ ЖУРНАЛОВ  
С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК  
(НА МАТЕРИАЛЕ ИЗДАНИЯ «MEN'S HEALTH»)**

Перевод гендерно маркированных журналов с английского языка на русский представляет весьма интересную тему для исследования, так как предполагает ряд особенностей, которые мы рассмотрим на примере перевода журнала «Men's Health».

В формировании теоретической базы лингвистической гендерологии важным явилось введение понятия «гендерная картина мира». Существует масса характеристик, свойственных мужской письменной речи. Например, использование тюремного и армейского жаргона, частое употребление вводных слов, в особенности имеющих значение констатации, тенденция к употреблению абстрактных существительных, однообразие лексических приемов при передаче эмоций [Кирилина, Томская 2005] и многие другие.

Такое многообразие находит свое отражение в переводе, заставляя переводчика учитывать специфику текстов данного типа.

В нашем докладе рассматриваются примеры лексических трансформаций, встретившихся при анализе перевода издания «Men's Health» на русский язык, а также определена их связь с особенностями мужского коммуникативного стиля и особенностями глянцевого журнального дискурса. К ним относятся: транскрипция, транслитерация, калькирование, генерализация, конкретизация, модуляция, нейтрализация, эмфатизация, а также лексические добавления.

**Белянова С.В.**

*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – *Лапин А.А.*  
Консультант – *Орлова О.С.*

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЖЕНСКИХ РОМАНОВ НА ПРИМЕРЕ РОМАНА ЕКАТЕРИНЫ ВИЛЬМОНТ «ИНТЕЛЛИГЕНТ И ДВЕ РИТЫ»**

В современном мире художественный перевод является одним из самых сложных видов письменного перевода, высшей формой переводческой деятельности. При переводе художественного произведения, неважно проза это или поэзия, переводчик должен передать дух написанного произведения, при этом сохранить его

смысл, эстетическое свойство художественного произведения, определенную оригинальность, уникальную творческую манеру и красоту речи. Переводческий процесс – это особая языковая деятельность, которая направлена на наиболее полное, точное воссоздание содержания и формы текста на другом языке.

В работе над переводом романа Екатерины Вильмонт «Интеллигент и две Риты» была предпринята попытка передать красоту речи, оригинальность, смысл и идею произведения, используя основные стратегии перевода. Переводческий процесс романа осуществляется в три этапа, два из которых чисто переводческие и один – этап редактирования. Первый этап – интерпретация действительности через текст, второй – нахождение инварианта перевода и выражение его на языке перевода (реализация), третий – создание нового речевого произведения с учетом его функционального стиля, т. е. редактирование текста в соответствии с нормами языка перевода, в данном случае английского языка. В результате получился достаточно целостный перевод романа, который может быть представлен иностранцам для прочтения. Кроме того, продемонстрированы некоторые особенности перевода женских романов.

*Закшевская М.В.*

*Московский институт лингвистики  
Научный руководитель – Самохин И.С.*

## **ПЕРЕДАЧА ВЕРБАЛЬНОГО ЮМОРА В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕРЕВОДАХ АМЕРИКАНСКИХ КОМИКСОВ 2000-2009 ГОДОВ**

В настоящей работе анализируются англоязычные тексты комиксов и их переводы на русский язык с целью определения основных способов передачи вербального юмора.

В настоящий период времени большую часть российского рынка занимает иностранная продукция. В прокате лидируют североамериканские фильмы, а телевидение активно закупает художественные сериалы и документальные фильмы зарубежного производства, большая часть которых рассчитана на широкую зрительскую аудиторию. То же относится и к печатной продукции.

Русский перевод этих материалов осуществляется, как правило, внештатными переводчиками. При этом низкое качество современного перевода в России в последнее время стало предметом пристального исследования и жесткой критики со стороны многих переводоведов.

Объектом исследования является англоязычный текст комикса и его перевод на русский язык, предметом – способы передачи элементов американского юмора при переводе комиксов на русский язык.

Нельзя сказать, что американский юмор обладает некими уникальными особенностями или глубокой спецификой. Все-таки американская культура сформировалась посредством европейских и иных влияний. Структуры и формы американских шуток не отличаются от принятых в мире. Понятно, что появляются некие особые темы шуток, например, связанные с происшествиями или явлениями, не известными за границей. Однако то же самое происходит и в юморе иных народов.

Попытки классифицировать типичные темы американского юмора предпринимались достаточно часто. Наиболее популярные объекты для шуток в комиксах – дикая природа и ее обитатели, иммигранты, ковбои, столкновения людей, принадлежащих к разным классам, расам, национальностям, этносам и обладающих различной сексуальной ориентацией. Все эти темы активно используются в современной юмористической культуре – в том числе, и в комиксах.

Диапазон американского юмора очень широк; сказывается влияние многочисленных этнических групп. Он может быть наглым и резким или добрым и тонким, хотя предпочтение в основном отдается дерзким, «смачным» шуткам. В тематическом отношении особой популярностью пользуются анекдоты о политических взглядах, адвокатах и жителях соседних штатов.

**Секция 4.**  
**Туризм в современном мире**

*Литвиненко П.*  
*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – *Ушаков Р.Н.*

**ДИГГЕРСТВО КАК ВИД ТУРИЗМА В МОСКВЕ**

Предмет занятий диггерства – исследование урбанистических горизонтов ниже уровня асфальта. Имеется гибрид спелеологии и диггерства – спелестология. Это – хождение по искусственным полостям не урбанистического свойства (каменоломни, старинные горные выработки и пр.). Термин, дословно «копательство», изобретен Вадимом Михайловым. В настоящее время он руководит полутора человеками в официальной организации «ДиггерСпас». У истоков движения стоял совсем другой человек – Владимир Семенович Гоник – автор скандального романа «Преисподняя», катехизиса всех диггеров. Вообще-то он сценарист и занимался спусками в 70-х годах, когда большинства современных диггеров еще не было и в проекте. Ходил всегда один и по крохам собирал сведения у осведомленных людей. Во время путча 91-г года Владимир Семенович был приглашен как специалист при «зачистке» подземных коммуникаций Белого Дома.

Сейчас диггерство может не настолько популярно как ранее, все эти ощущения заменили компьютерные игры и графика, но все находятся еще смелчаки, желающие испытать воистину дикие ощущения.

*Ушакова А.*  
*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – *Ушаков Р.Н.*

## ИРЛАНДИЯ КАК ТУРИСТСКИЙ РЕГИОН: ЧТО МОЖЕТ ПЕРЕНЯТЬ РОССИЯ

Ирландия, как объект туристского показа, является достаточно неизведанной для российских туристов. Но для западных стран – это одно из популярных мест. По данным BordFailte (Совет по туризму Ирландии), ведущие западные туроператоры расширяют свое присутствие на ирландском рынке. Если раньше лидерство по продажам турпакетов принадлежало морским и авиаперевозчикам, то сегодня их позиции теснят операторы, специализирующиеся на организации городских экскурсионных туров. Ирландия умело привлекает туристов не только своей неповторимой архитектурой, но и замечательными ландшафтами.

За прошедший год Ирландия приняла более 7,5 млн туристов в пределы национальных границ. Получив 3 876 млн. долларов прибыли. Эти показатели значительно больше чем в России. Поэтому нам есть, что перенять у ирландцев именно в организации внутреннего туризма, а также использования природными ресурсами. Задействуются все возможности для привлечения туристов. Дороги – автотуризм, велотуризм, поездки на гужевом транспорте. Железнодорожная сеть – путешествия на поездах. Потрясающий по красоте ландшафт страны – пеший туризм. Богатые водные ресурсы – всевозможные виды рыбалки, путешествия по воде. Археологические и архитектурные памятники – познавательный туризм.

Также Ирландия может предложить путешественникам отличную инфраструктуру - широкий выбор превосходных гостиниц. По всей стране турист может выбрать фешенебельный отель, размещенный в замке, или отель в загородном доме с прекрасным садом, уютную деревенскую гостиницу или пансион, снять комнату в доме сельского фермера или апартаменты с самообслуживанием, либо воспользоваться кемпингом.

## **ДОРОЖНЫЕ ЧЕКИ КАК ПЛАТЕЖНОЕ СРЕДСТВО ТУРИСТА**

Дорожный чек – это платежный документ, который является аналогом наличных денег. Международные финансовые корпорации выпускают чеки в различных валютах и номиналах. Компания-эмитент обязуется выплатить указанную в документе сумму его владельцу в любое время. Дорожные чеки предназначены, прежде всего, для безопасной перевозки денег туристом при поездках за рубеж. В случае повреждения, кражи или потери чека его можно восстановить совершенно бесплатно в полном объеме, даже находясь в другой стране мира. Чек восстанавливается в течение суток после уведомления компании-эмитента о его утрате. Во многих гостиницах, магазинах и ресторанах мира чеками можно расплачиваться. Причем если цена покупки будет меньше номинала чека, то сдачу выдадут наличными. В России использовать чеки в качестве оплаты товаров или услуг запрещено на уровне законодательства.

Чеки номинируются в долларах или евро и продаются, как правило, только по предварительному заказу. Стоимость дорожного чека определяет его номинал и комиссия, взимаемая банком при его продаже в размере 0,5%. При покупке чека банк запрашивает у клиента документ, удостоверяющий личность. Также дорожный чек можно купить и по загранпаспорту. Этот документ банки рекомендуют предъявлять клиентам, собирающимся перевозить чеки за рубеж. Необходимо сохранять и брать с собой в путешествие справку о покупке дорожного чека. Приобретая дорожный чек, клиент проставляет на нем свою подпись. В момент оплаты он ставит свою подпись еще раз. Это является подтверждением для оплачивающего чек в том,



что операцию производит владелец документа. При сверке подписей кассир может потребовать предъявить ему паспорт или квитанцию о покупке чека. Чек можно обменять на наличные. Отправляясь путешествовать с дорожными чеками, необходимо переписать и взять с собой их номера, а также иметь при себе телефоны технической поддержки компании-эмитента и квитанцию о покупке чека.

*Саваргина В., Евтюшкина И.*  
*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – *Ушаков Р.Н.*

## **ГЛОБАЛИЗАЦИЯ В ТУРИЗМЕ: РЕЙТИНГ МИРОВЫХ ТУРИСТСКИХ ГОРОДОВ**

Процессы глобализации породили целое созвездие новых терминов, применяемых в географии городов, урбанистике, экономике и управленческой науке. Среди них такие понятия как мегаструктуры, мегапроекты, экуменополис, конурбация, метрополитенский ареал, мегагород, мировой город, глобальный город и т.д. В настоящее время крупнейший мегагород – это Большой Токио. Население этой городской агломерации включает такие зоны как Иокогама и Кавасаки и насчитывает, по оценкам, от 30 до 34 млн. чел. Разница в оценках варьирует в зависимости от различного определения анализируемой зоны.

Британское исследовательское агентство Euromonitor International ежегодно составляет рейтинг популярных у туристов городов. Рейтинг составляется на основе количества туристов, приезжающих в города в течение года. В последнем рейтинге по итогам 2012 года города Юго-Восточной Азии стали безусловными лидерами: они захватили 6 позиций в первой десятке и 32 – в первой сотне. Для сравнения: Западная Европа представила в ТОП–100 всего 20 городов. В рейтинге представлены следующие российские города: Москва

занимает 27 место в рейтинге, ежегодный поток туристов – 4 170 000 человек. Санкт-Петербург занимает 45 место в рейтинге, ежегодный поток туристов – 2 900 000 человек. Лидером рейтинга стал китайский Гонконг, второе место досталось Сингапуру, а третье место заняла столица Великобритании Лондон. А так же сюда вошли такие города как Куала-Лумпур (Малайзия), Макао (Китай), Бангкок (Тайланд), Анталья (Турция).

*Горбцова Е.*

*Московский институт лингвистики*

*Научный руководитель – Ушаков Р.Н.*

## **ОГРАНИЧЕНИЯ НА ВЪЕЗД В СТРАНУ С ТУРИСТСКИМИ ЦЕЛЯМИ**

Существует множество стран, которые живут по своим правилам, нормам и стандартам. Если не знать всего этого, то у туриста могут возникнуть некоторые проблемы с пересечением границы данной страны.

КНДР, одна из самых закрытых стран, в которой перемещение лиц через границу находится под жестким контролем государства, закрывает свои двери гражданам только трех государств: США, Южной Кореи и Израиля. При этом граждане США, Корейской республики и Израиля допускаются на территорию КНДР по специальным разрешениям на время проведения национальных праздников и крупных спортивных мероприятий.

Объединенные Арабские Эмираты и Саудовская Аравия. Несмотря на то, что некоторые СМИ «демонизируют» отношения эти арабских государств к иностранцам, официальных запретов на въезд в эти страны нет. Есть ограничение по религиозному признаку. Если вы не мусульманин, вас не пустят в два священных города, Мекку и Медину.

Израиль. Страна, которая также находится в постоянном конфликте с окружающим ее арабским миром. Тем не менее, Израиль открыт для граждан всего мира, а для России – это вообще безвизовая страна. Официально находясь на территории Израиля, вы можете беспрепятственно посетить с экскурсией Петру в Иордании или Вифлеем в Палестинской автономии.

Среди других наиболее серьезных ограничений в мире на въезд – ВИЧ-статус. Если вы ВИЧ инфицированы, вам откажут во въезде более 60-ти стран. Есть ограничения, связанные с судимостью.

Итак, прежде чем выезжать в какую-либо страну, для начала стоит всё-таки проверить, какие условия требуются для легкого прохождения таможенного контроля.

*Берестень А.*

*Московский институт лингвистики*

*Научный руководитель – Ушаков Р.Н.*

## **КРИЗИСНЫЕ ЯВЛЕНИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В современных условиях туризм стал важным социальным и экономическим явлением, оказывающим решающее влияние на экономику стран. Являясь выгодной и высокодоходной отраслью, туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения.

2014 год стал одним из наиболее тяжелых для российской туристической индустрии. Ускорился процесс структурирования и сегментации рынка. В 2014 году наблюдается переориентация спроса с европейских направлений. Связано это с целым комплексом факторов,

среди которых – рост курса евро, повлекший удорожание путевок на европейских направлениях, экономическая и политическая нестабильность, санкции.

Рынок покинули одни из самых опытных и старых туроператоров в России. В турфирмах отсутствуют высококвалифицированные экономисты и финансисты, поэтому туроператоры не в состоянии контролировать свои денежные потоки.

Из-за потери клиентской базы многие турфирмы погрязли в конкурентной борьбе за потенциальных клиентов путем установления низких цен на туры, тем самым работая себе в убыток. Туроператоры заказывали много мест в гостиницах, бронировали билеты на самолеты, но даже по низким ценам спрос оставался низким. Зарубежные партнеры увеличили размер обязательной предоплаты, вносимой при бронировании, что в условиях снижения курса рубля стало для российских турфирм неподъемной финансовой нагрузкой.

*Борисов Е.*

*Московский институт лингвистики  
Научный руководитель – Ушаков Р.Н.*

## **ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ: РОССИЯ И ЕЕ БЛИЖАЙШИЕ КОНКУРЕНТЫ**

Туризм в России – развивающаяся отрасль. По данным Всемирной туристской организации, Россия занимает одно из ведущих мест в мире в сфере международного туризма. За 2011 год Россия приняла около 25 млн международных визитёров (13-е место в мире). Доходы России от международного туризма в 2011 году составили \$11,4 млрд.

Богатое культурное наследие и природное разнообразие ставит Россию на заметное место в мире среди стран с потенциальным ростом туризма. В стране находятся 24 объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО. Различные регионы

и этносы в России имеют большое разнообразие традиций. Основные туристические маршруты в России представляют собой посещение старой и новой столиц России, санаторно-курортных учреждений Краснодарского и Ставропольского краев, Калининградской области, горнолыжных курортов Кавказа и Сибири, путешествие по «Золотому кольцу России», круизы по Волге, круизы на ледоколе в национальный парк «Русская Арктика», дальние поездки по Транссибирской магистрали с посещением Алтайских гор и озера Байкал, путешествия к вулканам Камчатки и в Приморье.

Ближайшими конкурентами РФ во въездном туризме являются Германия и Великобритания. Основные пути ведения конкурентной борьбы состоят в следующем:

1. Решить проблему классификации гостиниц.
2. Развивать внутренний туризм.
3. Ввести безвизовый режим для ряда «неопасных» стран на срок до 10 дней на время проведения крупных культурных, деловых и спортивных мероприятий.

**Секция 5.  
Экономика и менеджмент**

*Маркин А.В.*

*Московский финансово-экономический институт  
Научный руководитель – Рогаткин А.Ю.*

**КЕЙНС О РОССИИ:  
«БЕГЛЫЙ ВЗГЛЯД» И СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

В 1925 г. Джон Мейнард Кейнс посетил Советский Союз. Свои впечатления он изложил в работе «Беглый взгляд на Россию». Кейнс утверждал, что капитализм является неблагополучным строем, но, если им разумно управлять, он может достичь большей экономической эффективности, чем любая из альтернативных систем. Свою скептическую оценку перспектив коммунизма Кейнс объяснял следующим. Во-первых, в централизованной экономике нет перспектив карьеры для человека, «делающего деньги». Во-вторых, происходит утрата стимула к экономически эффективной деятельности, бизнесу. В-третьих, бюрократизация системы управления создаёт благодатную почву для взяточничества и хищений. Эта проблема характерна и для современной России. В-четвертых, невозможно создать эффективный механизм, который был бы в состоянии ни запретить, ни эффективно заменить рынок. Последующая динамика централизованной системы советского типа и её распад подтвердили правоту Кейнса. Похоже, «беглого взгляда» гению оказалось вполне достаточно для содержательного анализа.

Казалось бы, в рыночной экономике современной России все недостатки, на которые указывал классик, должны были быть устранены. Но на практике наблюдаются высокая степень государственного монополизма, бюрократизации экономики и коррупции при дефиците стимулов для развития производства, инвестирования в реальный сектор, повышения производительности труда, инновационной активности,

развития науки и образования. Всё это даёт основание считать российскую экономику во многом «советской», в которую в процессе реформ были «имплантированы» рыночные институты. А следовательно, «беглый взгляд» Кейнса на российскую экономику и содержательный анализ её проблем по-прежнему не утратили своей актуальности.

*Овчинникова Н.Е.*

*Московский финансово-экономический институт  
Научный руководитель – Береза А.О.*

## **ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ**

Введенные в 2014 году санкции со стороны ряда западных стран незамедлительно оказали негативное влияние на Россию. Больше всего санкции повлияли на международный и финансовый сектор, пострадала промышленность РФ. Введенные санкции по отношению к России еще раз показали, что российская промышленность, сельское хозяйство и другие сектора напрямую зависят от иностранных партнеров. Российская валюта-рубль связана с ценой на нефть. Правительство РФ в рамках антикризисных мер решает задачу по построению экономики страны с уменьшением зависимости от иностранных государств. Введенные санкции способствовали пересмотру некоторых стратегических направлений взаимодействия. Сейчас, например, Россия взяла курс на сближение со странами Латинской Америки. Приоритетным является развитие собственного сельского хозяйства, поддержка малого бизнеса.

Исходя из отмеченного выше, санкции, безусловно, оказали негативное влияние на РФ. Однако, стоит отметить еще и то, что введенные санкции против России оказали негативное влияние и на экономики стран Евросоюза. В настоящее время Россия стоит на этапе создания той экономики, которая будет способна конкурировать с

экономикой любой страны. Безусловно, санкции в отношении такой страны как Россия, со стороны Запада и США не грозят крахом российской экономике, но являются мотивирующим фактором развития.

*Шкурина Е.И.*

*(Московский финансово-экономический институт)*

Научный руководитель – *Абызова Е.В.*

## **НАЦИОНАЛЬНАЯ ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

На протяжении двух десятилетий Россия пользовалась иностранными платежными системами Visa и MasterCard, работа которых была хорошо налаженной. Но под влиянием геополитических факторов работа данных систем на территории Российской Федерации стала давать сбои. Осложнились не только международные расчеты, но и расчеты внутри страны. В связи с этим в марте 2014 года началось активное обсуждение создания национальной платежной системы. Принято решение создать открытое акционерное общество «Национальная система платежных карт», контрольный пакет акций которого принадлежит Банку России.

На сегодняшний день через национальную платежную систему уже проводятся транзакции. Планируется, что к концу первого полугодия 2015 года все операции по картам международных платежных систем будут осуществляться через систему, контролируемую Российской Федерацией.

Преимущества создания Национальной системы платежных карт: страховка клиентов от проблем с иностранными платежными системами; сокращение издержек банков; защита личной информации клиентов; стимул для развития банковской сферы Российской Федерации. Создание Национальной системы платежных карт положительно



скажется на экономике России. Но для полноценной работы системы не только на территории Российской Федерации, но и за рубежом, необходимо время и значительные инвестиции.

**Минакова М.Н.**

*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – **Абызова Е.В.**

## **ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ**

В настоящее время кадровая работа на многих российских предприятиях фактически строится без учёта современных тенденций развития мирового бизнеса. Это порождает их отставание в конкурентоспособности, которое выражается в качестве решений и действий, производительности труда, инновациях, удельных издержках на единицу дохода и т.д. Понимание значения человеческого фактора определяет его роль и статус в современной организации, т.е. реальную и перспективную значимость как всей системы управления персоналом, так и её стратегической составляющей.

Разработка и реализация стратегии управления персоналом достигается путём решения ряда функциональных задач. Задача *«обеспечение квалифицированным персоналом»* направлена на развитие системы обеспечения персоналом, профессиональная подготовка, квалификация и компетенции которого отвечают развивающимся потребностям организации. Задача *«вовлечение персонала в эффективную реализацию корпоративных целей и совершенствование системы мотивации»* предусматривает создание комплексных механизмов стимулирования вовлеченности персонала в решение корпоративных задач и повышения эффективности трудовой деятельности за счет роста заинтересованности в результатах труда и самореализации. Задача *«непрерывное*

*развитие персонала на основе компетентностного подхода»* служит для создания эффективной системы непрерывного индивидуализированного обучения и профессионального развития персонала. Задача *«проведение эффективной молодежной политики»* расширяет возможности инновационного развития за счёт вовлечения интеллектуального и творческого потенциала молодежи в реализацию корпоративной стратегии, роста у молодежи необходимых профессиональных и корпоративных компетенций. Задачей *«развития корпоративной системы управления персоналом»* является развитие инновационного потенциала и корпоративной культуры, способствующих росту производительности труда.

***Шейгас-Негруш И.А.***

*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – ***Абызова Е.В.***

## **ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ТРУДА ПЕДАГОГОВ (УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

Важнейшим аспектом процесса управления служит оценка результативности труда работников. Такая оценка учитывает специфику конкретного вида деятельности, характер выполняемых работником конкретных функций. Рассмотрим некоторые показатели, по которым оценивается профессиональная деятельность педагогических работников.

*Первая группа.* Результативность педагогической деятельности: результаты мониторингов и иных обследований; проведение индивидуальной работы с учащимися; участие в совместных (общественных) мероприятиях. *Вторая группа.* Результативность учебно-методической деятельности: разработка и обновление учебно-методических материалов; методическое оснащение кабинетов; качественное ведение документации. *Третья группа.* Успешность процесса развития,

воспитания обучающихся: вовлеченность обучающихся в конкурсное движение, уровень их достижений; участие обучающихся в утвержденном социально ориентированном, исследовательском или ином образовательном проекте. *Четвёртая группа.* Результативность научно-методической и опытно-экспериментальной деятельности: уровень и статус участия в конференциях, семинарах, мастер-классах, круглых столах, педчтениях, педсоветах, проведение открытых уроков; статус участия в инновационной, опытно-экспериментальной деятельности; результаты участия в профессиональных конкурсах; экспертиза, членство в жюри, общественных комиссиях. *Пятая группа.* Результативность коммуникативной деятельности: наличие собственной страницы (блога), используемой в образовательном (воспитательном) процессе; организация веб-консультаций для родителей; публикации в СМИ; положительно оценки и отсутствие жалоб со стороны родителей и администрации.

*Николаев И.*

*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – *Усачёв Е.В.*

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ЗАДАЧИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ**

Российский рынок услуг высшего профессионального образования в последние годы характеризуется усилением конкуренции продавцов (вузов). Это вызвано, главным образом, резким снижением числа потребителей (абитуриентов) вследствие так называемой «демографической ямы». Фактически данный рынок в настоящее время является «рынком покупателя». Для конкретного вуза это обуславливает необходимость разработки рыночной стратегии на основе маркетингового подхода. В системе управления большинства вузов ключевой функцией службы маркетинга

является аккумуляцией внутренней и внешней информации, её обобщение и анализ. При этом функция принятия стратегических, тактических и оперативных решений остаётся в компетенции руководства вуза.

В связи с этим основными задачами маркетинговой службы вуза должны стать: 1) оценка рыночных перспектив для стратегического маркетингового планирования; 2) подготовка данных о размерах рынка, сегментах, тенденциях потребностей в услугах вуза; 3) изучение предпочтений и удовлетворенности потребителей образовательных услуг; 4) участие в планировании, запуске и продвижении новых образовательных программ; 5) развитие коммуникации, участие в публичных акциях, способствующих маркетинговым целям; 6) выявление конкурентных преимуществ вуза в области различных образовательных программ; 7) оценка учебно-методической и научной продукции вуза с рыночных позиций; 8) консультирование по вопросам приёма абитуриентов с акцентом на конкурентных преимуществах вуза.

*Лукашук Ю.В.*

*Московский финансово-экономический институт  
Научный руководитель – Абызова Е.В.*

## **ЗНАЧЕНИЕ АНАЛИЗА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

В настоящее время в отечественной экономике возникла серьезная проблема, которая охватила практически все отрасли, – это преодоление кризиса платежей. В сложных экономических условиях у многих российских организаций образовались финансовые трудности из-за неплатежей. Возникает нехватка средств для финансирования производства, приходится сокращать или прекращать свою

деятельность. Платежеспособность – важный аналитический показатель, характеризующий финансовую устойчивость организации, ее способность своевременно и полностью рассчитываться по своим обязательствам денежными ресурсами.

Актуальность темы исследования заключается в том, что в условиях ухудшения экономической ситуации в России верное определение реального финансового состояния имеет большое значение, так как по результатам анализа платежеспособности обеспечивается устойчивая работа в конкретных экономических условиях, отражается конкурентоспособность организации. Если у хозяйствующего субъекта высокий уровень платежеспособности, то он обладает преимуществом перед другими компаниями того же профиля в привлечении инвестиций, получении кредитов, выборе поставщиков. Таким образом, от уровня платежеспособности зависят финансовые результаты деятельности организации. В качестве рекомендаций для повышения уровня платежеспособности можно предложить следующие мероприятия: снижение кредиторской задолженности; сокращение разрыва времени между отгрузкой товара и получением оплаты за него; тщательное и обоснованное планирование цен; поиск скрытых резервов с целью снижения затрат; эффективное управление финансовыми потоками организации.

***В.Ф. Негруш***

*Московский институт лингвистики*  
Научный руководитель – ***Абызова Е.В.***

## **ПРИНЦИПЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕДАГОГОВ**

Мотивация персонала является одним из важнейших аспектов теории и практики управления. При этом среди принципов мотивации выделяются общие и специфические.

Первые применимы ко всем типам работников, вторые – к работникам определённых категорий. Рассмотрим базовые принципы мотивации педагогических работников.

*Обращайтесь со своими подчиненными как с личностями, профессионализм и личностные качества которых вы цените.* Большинство педагогов ценят возможность высказать свои идеи и выслушать мнение о себе со стороны руководителя. Это повышает у них чувство включенности в выполняемую работу, самоуважение и ощущение собственной значимости. *Привлекайте педагогов к активному участию в делах организации.* Люди, которые принимают участие в постановке целей организации, трудятся более напряженно, стремятся достичь успеха, осознавая сопричастность общим задачам. *Сделайте работу интересной.* Возможные подходы – это обогащение труда за счёт внедрения нового содержания образования, перспективных методик, делегирования управленческих полномочий. *Поощряйте сотрудничество и групповую работу.* Это позволяет создать, укрепить командный дух и повысить эффективность работы. *Предоставляйте педагогам возможности для профессионального роста.* Ставьте их в ситуации, которые предъявляют высокие требования, давайте им задания, требующие дальнейшего роста профессионального уровня. *Информируйте педагогов о перспективах работы,* объясняя им, что делается и почему это должно быть сделано именно так. Обратная связь повышает мотивацию к улучшениям в работе. Поставьте перед коллективом общую цель и постарайтесь создать такую атмосферу, когда педагоги будут работать единой командой по её достижению. Постоянно предоставляйте информацию сотрудникам о том, как они работают, о достигнутом прогрессе, о возникающих проблемах. *Свяжите поощрение с достигнутыми результатами.* Мотивация педагогов будет выше, если они будут предварительно проинформированы, что они должны делать, чтобы получить вознаграждение, и какое

вознаграждение их ждет. Причем поощрение должно быть соизмеримо с достигнутым результатом.

*Алексеева Ю.А.*

*Московский финансово-экономический институт  
Научный руководитель – Абызова Е.В.*

## **УСТОЙЧИВОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ**

Устойчивость национальной валюты обусловлена конкурентоспособностью национальной экономики. В странах, где конкурентоспособность недостаточна, единая денежно-кредитная политика превращается в неблагоприятный фактор, поскольку не позволяет этим странам самостоятельно манипулировать валютным курсом и процентными ставками с целью защиты отечественного производства, стимулирования экономического роста и проведения структурных преобразований. Актуальность темы и интерес к ней заключается в том, что в настоящее время, с учетом экономической ситуации во всех странах и, в частности, в России, очень важна стабильность национальной валюты как части механизма финансовой устойчивости всего государства, развития внешней торговли и туризма (экспорт, сотрудничество с другими странами).

Проблема устойчивости российского рубля как национальной валюты в том, что существует серьезная зависимость экономики России от цен на сырьевые ресурсы и, в первую очередь, нефти. Для решения этой проблемы в России необходимо изменить инструменты экономической и денежно-кредитной политики и реструктурировать экономику, а также стимулировать рост импортозамещения, укрепить отечественное сельское хозяйство и промышленность.

Подписано к печати 10.04.2015  
Сдано в набор 15.04.2015  
Формат бумаги А5 – 60х90 1/16  
Тип гарнитуры “Таймс Нью Роман”.  
Объем 5,53 усл.печ.л.  
Тираж 100 экз.  
Отпечатано в типографии  
«Канцлер»  
Заказ № 10/04