

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина»

**СПЕЦИАЛИСТ XXI ВЕКА:  
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ  
КУЛЬТУРА И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
КОМПЕТЕНТНОСТЬ**

Сборник материалов V Международной  
научно-практической конференции

(Барановичи, 20—22 октября 2016 года)

Барановичи  
БарГУ  
2016

Включены материалы докладов V Международной научно-практической конференции «Специалист XXI века: психолого-педагогическая культура и профессиональная компетентность» по актуальным проблемам следующих научных дисциплин и направлений: психология, педагогика, филология, лингвистика и методика преподавания иностранных языков, человек в обществе, организация здоровьесбережения, обучение, воспитание и развитие дошкольников.

Адресовано преподавателям и студентам учреждений высшего образования, магистрантам, аспирантам.

Редакционная коллегия:

А. В. Никишова (гл. ред.), А. В. Прадун, Н. Ф. Захарченя (отв. секретари),  
Е. А. Клещёва, Е. Ф. Нестер, К. С. Тристеня, А. В. Демидович, Е. И. Белая, О. Н. Фенчук,  
И. В. Пинюта, А. А. Савко

Рецензенты:

доктор психологических наук, профессор Я. Л. Коломинский,  
кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русской и зарубежной литературы учреждения  
образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы» О. Е. Панькова

ницу среди подгрупп американского и русского сленга мы можем наблюдать в категории низкочастотных групп. Если в состав данной категории американского сленга вошли четыре подгруппы: «ситуативные» (3,6%) — *shit a brick!* ‘surprise or irritation’; «восторг» (2,4%) — *aya!* ‘amazement’; «сострадание» (1,2%) — *crikey moses!* ‘an expression of feeling sympathy’; «безразличие» (0,6%) — *shined on* ‘ignored, disregarded’; то в русском сленге нами была выделена лишь одна подгруппа, обозначающая лексические единицы, смысл которых зависит от контекста (2,8%) — *ваще* ‘выражение любой эмоции’.

Кроме того, все отобранные сленгизмы были условно разделены на положительные, нейтральные и отрицательные для выявления эмоциональной окраски речи. Так, в американском сленге слова имеют более негативную окраску (61,7%), ежели в русском, где лексические единицы с положительной окраской (47,0%) преобладают над лексическими единицами с отрицательной (27,7%) и нейтральной окраской (22,5%): *raw* ‘angry’; *аргон* ‘любовное чувство’. Слова американского сленга с положительной и нейтральной окраской составили 23,0% и 12,1%, соответственно: *brother* ‘friend’; *blown away* ‘surprised’.

С точки зрения частеречной принадлежности самой распространённой группой в американском сленге является группа имён существительных (27,5%): *chemistry* ‘feelings between persons’. В русском сленге наиболее употребительным является глагол (39%) — *сруквиться* ‘разлюбить’, имя существительное (28,7%) — *мандраж* ‘страх’.

С точки зрения структурного анализа лексические единицы, обозначающие чувства и эмоции в английском и русском языках, были подразделены на простые, сложные и производные, а также в отдельную категорию попадают устойчивые выражения. Данный вид анализа показал различия в частоте использования одних и тех же структурных типов сленгизмов в американском и русском сленге. Например, категория устойчивых выражений в американском сленге встречается чаще всего (41,3%) — *lose one’s cool* ‘to become angry or flustered’; в русском сленге данная категория встречается реже (21,5%) — *кактус тебе в карман* ‘выражение раздражения’.

**Заключение.** Тематическая группа «Чувства и эмоции человека» в американском и русском сленге имеют как количественные, так и качественные различия. Если в американском сленге чаще всего встречаются категории гнева, дружбы, удивления и печали, то в русском сленге — радости, восторга, страха и удивления. Реже всего в американском сленге встречаются четыре подгруппы: «ситуативные», «восторг», «сострадание», «безразличие»; а в русском сленге — «ситуативные». Можно отметить количественное различие в употреблении слов различной эмоциональности в американском и русском сленге.

В американском сленге отрицательные эмоции встречаются чаще всего (61,7%), в русском сленге к данной категории относится лишь 27,7% анализируемых лексических единиц. Однако если в английском положительные слова встречаются среди 23% случаев, то в русском языке данный показатель равен 47%. В сленге обоих языков слова, обозначающие нейтральные эмоции, используются реже — 12,1% и 22,5% соответственно.

В американском сленге наиболее часто используются имена существительные и устойчивые выражения, в то время как в русском сленге высокочастотными по употреблению частями речи являются глагол и имя существительное. В американском сленге чувства и эмоции человека чаще всего выражаются с помощью устойчивых выражений, в то время как в русском сленге рассматриваемая тематическая группа находит своё выражение с помощью производных слов.

УДК 81

А. И. Дейлид, А. П. Мясоед

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ВЛАДИМИРА КАМИНЕРА

**Введение.** Комическое — это какое-либо явление, вызывающее смех. Чувство комического вызывается тем, что человек обнаруживает несоответствие содержания и формы. Комическое присутствует во всех сферах деятельности человека — в повседневной жизни, искусстве, кино, литературе. Комизм рассматривается как эстетическая категория и всегда являлся одним из предметов литературоведческого исследования.

Под комическим подразумеваются как естественные (т. е. появляющиеся независимо от чьего-либо намерения) события, объекты и возникающие между ними отношения, так и определённый вид творчества, суть которого сводится к сознательному конструированию некой системы явлений или понятий, а также системы слов с целью вызвать эффект комического. Кроме того, комическое связано со специфическим кругом переживаний [1].

**Основная часть.** Необходимо отметить, что жизненные явления, понимаемые как комические, зависят от многих факторов. В течение жизни меняется картина мира человека, то, что сегодня смешно, завтра может восприниматься как трагедия, и наоборот.

Основными формами комического Ю. Борева и Л. И. Тимофеев считают сатиру и юмор. Термин «комическое» принят в эстетической литературе в качестве слова, обозначающего общее и широкое понятие, а сатира и юмор считаются формами комизма. Сатира представляет собой высшую и острую форму комического [2].

По мнению Ю. Борева, объект юмора хотя и заслуживает критики, всё же сохраняет свою привлекательность. Утверждая главное и основное в явлении, юмор очищает его от всего наносного, помогая полнее раскрыться всему общественно ценному. В отличие от сатиры, юмор всегда видит в своём объекте какие-то стороны, соответствующие идеалу. «Не любит узнавать никто себя в сатире» (Крылов), в то время как принять на свой счёт юмор никому не покажется зазорным и обидным. Юмор как бы призывает не к уничтожению явления, а к его совершенствованию [3].

Сатира — это ироническое обобщение жизни общества, показывающее противоречие между высоким положением людей и их внутренним ничтожеством [4].

Юмор и сатира в литературе, безусловно, затрагивают актуальные политические и социальные проблемы общества, в чём и состоит *актуальность* избранной тематики. Каждый автор использует определённые приёмы и способы выражения комического, из-за чего его стиль и язык становятся уникальными и неповторимыми. Хотя язык каждого автора является особенным, тем не менее можно найти наиболее общие черты выражения комического авторами одного столетия.

Для анализа языковых средств создания комического в немецкоязычной литературе нами была выбрана книга Владимира Каминера «Russendisko», в которой автор рассказывает о русских, живущих в Берлине, используя при этом личные наблюдения, анекдотические ситуации из жизни эмигрантов. Автор повествует об Илоне, которая постоянно носит шапку, так как она считает, что врачи якобы вставили ей в голову мышь, а также о знакомой, которая хочет вернуть своего неверного мужа, обращаясь при этом к берлинским ведьмам. Рассказы В. Каминера ироничные, смешные и развлекательные, автор использует тонкий юмор и сатиру.

Методом контекстуального анализа нами были отобраны 50 единиц языковых средств создания комического.

Наиболее продуктивными фигурами для создания комического являются в данном произведении **сравнения**, которые представлены в количестве 19 единиц, что составляет 38%. Следует отметить, чем сильнее противоречие между лексическими единицами, тем эффект комичнее. Например:

*Im Zorn gleicht die russische Braut einem Tiger.*

*Der hier sah Che Guevara ähnlich, und er plante eine Theater-Revolution.*

*Fabrice wurde gleichgültig, schlief wie ein Baby, verbrachte den Rest der Zeit vor dem Fernseher und kuckte DSF.*

*Die Spielbank Berlin sieht manchmal aus wie eine Sondersitzung der UNO.*

*Das Asylrecht in Deutschland ist launisch wie eine Frau...*

*Masja (ein Kater) benahm sich wie ein echter Macho...*

*Masja bekam eine Ketamin-Spritze, und seine Augen glänzten wie zwei Zwei-Mark-Stücke.*

*...schweigt wie ein Partisan in Gestapo-Haft.*

*Wie ein Waldgeist mit verklebten Augen kam Lena zu uns.*

*Ich träume, wie Karl Marx, Genosse Petrov und ich zu früher Stunde auf dem Berg Fichtelberg stehen [5].*

**Эпитеты** составили 18% от общей выборки. В языке юмора и сатиры эпитеты связаны с неожиданным характером художественного определения. Для углубления комического автор прибегает к переносным значениям слов в роли определений, создавая при этом такие контексты, в которых слово одновременно может восприниматься как в прямом, так и в переносном значении.

Например:

*Er ging zum «Chirurgen», einem **illegalen** russischen Arzt, der in seiner **illegalen** Praxis **illegale** Patienten von **legalen** Krankheiten heilt.*

*In ihren Armen fing der **tote Elektriker an, Lebenszeichen von sich zu geben.***

*Sie hatten aber auch keine andere Wahl, weil **die russischen Bräute sehr, sehr anspruchsvoll, um nicht zu sagen teuer sind.***

*Es war **eine sehr lebendige Kommunalwohnung** mit drei Gasherden in der Küche, einem Klo und vielen **schreienden** Kindern auf dem Korridor.*

*Es gibt vielleicht **keine durchgedrehten Nashörner** in Berlin...*

*Ein **älterer Herr** in **grüner** Uniform mit einer **großen** Pistole im Halfter und **etwas schrägem Blick** [6].*

**Каламбур** предполагает игру слов, хотя понять то, что именно смешно, не всегда легко, иногда нужен весь контекст. Каламбур (18%), который был обнаружен в произведении В. Каминера, представлен следующими примерами:

*Kurz nach ihrer Ankunft fand dort der berühmte Ausbruch des Vulkans Iturup statt, an dem **sie aktiv teilnahm.** Das hieß, mit den dort lebenden Fischern zusammen **um die Insel herumlaufen und schreien.***

*Fähnrich monatelang den Anzeigenmarkt studiert hatte, um sich von der «deutschen Art» des Anzeigenschreibens ein Bild zu machen, erschien schließlich gleichzeitig in mehreren Zeitschriften sein Einzeiler: «Schmusebär sucht Schmusemaus». **Die meisten Schmusemäuse erwiesen sich als Frauen über vierzig, die eine deutlich überladene Beziehungskiste auf ihren Schultern trugen und dementsprechend frustriert waren.***

*Aber es hat sich gelohnt: Jetzt hat der Mann **eine Braut und eine Gehaltserhöhung dazu.***

*Daraufhin versuchten die anderen Mädchen ihn zu **trösten** — und wurden ebenfalls schwanger.*

*Unmerklich **ging die Hochzeit in ein Begräbnis über.***

*Mischa meinte dazu, dass er den zweiten Sohn wahrscheinlich Pfennig nennen werde, aber wie es jetzt aussieht, wird Andrejs nächster Junge wohl eher Dollar heißen.*

*Die in Berlin lebenden Russen trauen deutschen Ärzten nicht. Sie sind zu selbstsicher, wissen immer Bescheid, noch bevor der Patient ihre Praxis betritt, und für alle Krankheiten der Welt haben sie sofort die richtige Medizin auf Lager, für alle Probleme des Patienten eine Lösung [7].*

В незначительном количестве представлены **метафоры** (12%). Метафора относится к самым обычным приёмам создания комического. Главной ролью при создании комического на основе метафоры являются основные семантические категории имени существительного: категории одушевлённости и неодушевлённости. На основе этого можно привести следующие примеры:

*Im Saal herrscht Friedhofsstille.*

*Nur der warme ukrainische Wodka sorgte für ein Minimum an Toleranz.*

*Die Statistik lügt, sie hat auch früher immer gelogen.*

*Mit solchen Fähigkeiten könnten sie schon längst im Geld schwimmen, aber sie wollen ihr Geheimnis nicht preisgeben.*

В своём произведении автор использует такие языковые средства создания комического, как **вульгаризмы** (6%). Например:

*Aber du weißt doch selbst, du bist Jude und kannst jederzeit nach Israel abhauen.*

*Unter der elektrischen Beleuchtung erwies sich der halbtote Elektriker als ein vollbesoffener Penner...*

*Saschas Freundin war davon überzeugt, dass der Künstler sich richtig heftig in Sascha verknallt hatte... [8].*

К средствам создания комического также относят **перифраз**, когда название предмета либо явления заменяется указанием на его признаки, усиливающие изобразительность речи. Следует отметить, что возможности перифраза самого по себе в создании иронии достаточно велики, однако количество перифраз в произведении В. Каминера составило всего 4%. Например:

*Wenn es überhaupt ein universales Mittel gibt, das einen Mann von all seinen Problemen auf einen Schlag erlösen kann, dann ist es eine russische Braut.*

*«New York — eine Stadt der Kontraste [9].*

В рассказах нами была выявлена лишь одна лексическая единица такого языкового средства, как **оксюморон** (2%). Автор использует приём сочетания несочетаемого, что можно увидеть на следующем примере:

*Olga sah mit zwölf Jahren auf dem Flugplatz von Chabarowsk zum ersten Mal in ihrem Leben einen Spatzen. «Mama, Mama, schau mal, die riesigen Fliegen», rief sie. «Das sind Spatzen, Spatzen, keine Fliegen, du dummes Kartogakind», regte sich ein Mann auf, der seinem Äußerer nach gerade eine Freiheitsstrafe abgebußt hatte und auf die nächste Maschine Richtung Süden wartete [10].*

**Гипербола** основывается на преувеличении чего-либо. Автор В. Каминер показывает нам, что США является страной большого количества законов. Гиперболой в данном контексте является слово «unbegrenzt»: *In den USA, dem Land der unbegrenzten Anzahl von Gesetzen, dürfen die Frauen zum Beispiel seit einiger Zeit im Zuge der Gleichberechtigung in der New Yorker U-Bahn mit entblößten Brüsten fahren [11].*

**Заключение.** Для создания комического эффекта в художественной литературе используются языковые средства лексического уровня в основном в переносном значении.

#### Список цитируемых источников

1. Дземидок Б. О комическом. М.: Прогресс, 1974. 224 с.
2. Сафонова Е. В. Формы, средства и приёмы создания комического в литературе // Молодой учёный. 2013. № 5. С. 474—478.
3. Боров Ю. Б. Комическое. М.: Искусство, 1970. 272 с.
4. Поспелов Г. Л. Теория литературы. М.: Высш. шк., 1978. 351 с.
5. Kaminer W. Russendisko. München: Manhattan, 2000. 191 S.
6. Там же.
7. Там же.
8. Там же.
9. Там же.
10. Там же.
11. Там же.