

МЕЃУНАРОДЕН ЦЕНТАР ЗА СЛАВЈАНСКА ПРОСВЕТА - СВЕТИ НИКОЛЕ

«МЕЃУНАРОДЕН ДИЈАЛОГ: ИСТОК - ЗАПАД»
(ФИЛОЗОФИЈА, ЛИНГВИСТИКА, КУЛТУРОЛОГИЈА)

СПИСАНИЕ
на научни трудови

**ДВАНАЕСЕТТА МЕЃУНАРОДНА
НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА
„МЕЃУНАРОДЕН ДИЈАЛОГ: ИСТОК - ЗАПАД“**
МЕЃУНАРОДЕН СЛАВЈАНСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
„ГАВРИЛО РОМАНОВИЧ ДЕРЖАВИН“
СВЕТИ НИКОЛЕ - БИТОЛА

Година VIII

Број 4

Април 2021

- СВЕТИ НИКОЛЕ, Р. СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА -
- 2021 -

Издавач: Меѓународен центар за славјанска просвета - Свети Николе

За издавачот: м-р Михаела Ѓорчева, директор

Наслов: «МЕЃУНАРОДЕН ДИЈАЛОГ: ИСТОК - ЗАПАД» (ФИЛОЗОФИЈА, ЛИНГВИСТИКА, КУЛТУРОЛОГИЈА)

Организационен одбор:

Претседател: проф. д-р Јордан Ѓорчев

Заменик претседател: д-р Стромов Владимир Јуревич, Русија

Член: м-р Борче Серафимовски

Член: м-р Милена Спасовска

Уредувачки одбор:

Проф. д-р Ленче Петреска - Република Северна Македонија

Проф. д-р Александар Илиевски - Република Северна Македонија

Проф. д-р Мирослав Крстиќ - Република Србија

Проф. д-р Момчило Симоновиќ - Република Србија

Проф. д-р Тодор Галунов - Република Бугарија

Проф. д-р Даниела Тасевска - Република Бугарија

Доц. д-р Хаџиб Салкиќ - Република Босна и Херцеговина

Проф. д-р Татјана Осадчаја - Руска Федерација

Доц. д-р Вера Шунаева - Руска Федерација

Уредник: проф. д-р Јордан Ѓорчев

Компјутерска обработка и дизајн: Маја Маријана Панајотова, Адриано Панајотов, Благој Митев

ISSN (принт) 1857-9299

ISSN (онлајн) 1857-9302

Адреса на комисијата: ул. Маршал Тито 77, Свети Николе, Р. Северна Македонија

Контакт телефон: +389 (0)32 440 330

Уредувачкиот одбор им се заблагодарува на сите учесници за соработката!

Напомена:

Уредувачкиот одбор на списанието «МЕЃУНАРОДЕН ДИЈАЛОГ: ИСТОК-ЗАПАД» не одговара за можните повреди на авторските права на научните трудови објавени во списанието. Целосната одговорност за оригиналноста, автентичноста и лекторирањето на научните трудови објавени во списанието е на самите автори на трудовите.

Секој научен труд пред објавувањето во списанието «МЕЃУНАРОДЕН ДИЈАЛОГ: ИСТОК-ЗАПАД» е рецензиран од двајца анонимни рецензенти од соодветната научна област.

Печати: Книжарница и печатница „Славјански“, Свети Николе

Тираж: 100

МЕЃУНАРОДЕН ДИЈАЛОГ
ИСТОК - ЗАПАД
ФИЛОЗОФИЈА, ЛИНГВИСТИКА,
КУЛТУРОЛОГИЈА

СОДРЖИНА

<i>Христо Петрески</i> <i>Ана Петреска</i>	ЗА ПОИМОТ КРЕАТИВНО ИЗРАЗУВАЊЕ, НЕГОВОТО ПОТТИКНУВАЊЕ И СОЗДАВАЊЕ И БЕНЕФИТИТЕ ОД НЕГО	7
<i>Бошко Караџов</i>	КАУЗАЛНОСТ И ПОЗНАНИЕ: КОН ХЈУМОВАТА ЕПИСТЕМОЛОГИЈА НА СЕНЗОРНАТА НАВИКА	17
<i>Елена Владимировна Долгова</i>	METONYMIC MODELS OF THE FORMATION OF THE SEMANTICS OF ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS THAT CONVEY KNOWLEDGE ABOUT A HUMAN BEING	23
<i>Каролина Мицевска</i>	РУСКАТА ДРАМАТУРГИЈА СО ТРАГИ ВО ОПСТОЈОТ НА ТЕАТАРОТ „ВОЈДАН ЧЕРНОДРИНСКИ“ ВО ПРИЛЕП	29
<i>Анастасия Самарина</i>	АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКИЙ ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ В РАМКАХ КОНЦЕПТУАЛЬНО - ТЕМАТИЧЕСКОЙ ОБЛАСТИ «ЧЕЛОВЕК» (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)	35
<i>Наталья Ершова</i>	ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ВЕДУЩИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ XX-XXI ВЕКА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)	43
<i>Катерина Видова</i>	ДЕВЕРБАТИВНИТЕ ПРИДАВКИ СО АТРИБУТИВНА ФУНКЦИЈА ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК И НИВНИТЕ ЕКВИВАЛЕНТИ ВО АНГЛИСКИОТ ЈАЗИК	49
<i>Ирина Анатольевна Хохлова</i>	ФАНФИК И ЕГО РАЗНОВИДНОСТИ КАК ИНДИКАТОРЫ ИНТЕРЕСОВ И ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ	57
<i>Александра Игоревна Машеро</i>	ОБРАЗ ПЧЕЛЫ В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ И ИСКУССТВЕ	65

Христо Петрески
Ана Петреска

Институт за наука, алтернатива, култура и уметност – Скопје
Р. Северна Македонија

ЗА ПОИМОТ КРЕАТИВНО ИЗРАЗУВАЊЕ, НЕГОВОТО ПОТТИКНУВАЊЕ И СОЗДАВАЊЕ И БЕНЕФИТИТЕ ОД НЕГО

АПСТРАКТ: Во денешно време, кога на учениците и студентите им е достапна современата технологија и се губи заинтересираноста за класичната настава, се поставува прашањето како истата да се подбори, да им се приближи на учениците и студентите, да се направи поефектна и поефикасна, односно како да се мотивираат учениците и студентите и да им се помогне да се здобијат со компетенции и да ги развијат своите потенцијали. Како едно од можните решенија се наметнува креативноста и тоа креативноста на наставникот и професорот, но и креативноста на самите ученици и студенти.

КЛУЧНИ ЗБОРОВИ: креативност, деца, ученици, студенти, образование, творештво

ABOUT THE TERM EXPRESSION, ITS STIMULATION AND CREATION AND THE BENEFITS OF IT

ABSTRACT: Nowadays, when the modern technology is available to the pupils and the students and the interest for the classical teaching is lost, arises the question how to make the classical teaching better, to bring it closer to the students, to make it more effective and efficient, how to motivate students and help them acquire competencies and develop their potentials. Creativity is imposed as one of the possible solutions, especially the creativity of the teacher and the professor, but also the creativity of the students.

KEYWORDS: creativity, children, pupils, students, education, creation

Безбројни се можностите за креативно изразување со кои може да се осовремени и облагороди воспитно-образовниот процес, на пример, преку најразлични активности како што се: креативно пишување, цртање, сликање, организирање изложби, ликовни активности, работилници, музички работилници, мини концерти; изработка на кукли, маски, украси, честитки; собирање, сортирање, рециклирање и слично; игри на погодување, игри во движење, разни дидактички игри; експериментирања и други активности без поголеми ограничувања, рамки и стеги, а со многу повеќе слобода.

На учениците, па и студентите можат да им бидат интересни и разни квизови, со илустративни прашања, со говорни прашања, како и практични активности: игри со пантомима, набљудување и забележување, избор на вистинскиот одговор итн. Исто така, воспитно-образовниот процес може да се збогати и со користење на разни креативни техники и методи, зашто големи се

можноста и бројни се идеите за тоа како, кога и каде е можно учениците и студентите креативно да се изразат.

Порано се сметаше дека имаат креативна дарба и креативно можат да се изразат само поединци, односно таленти, а денес се согледува и практикува дека сите лица поседуваат креативни потенцијали, кои треба да се поттикнуваат и развиваат од најраната возраст.

Денес владее и е омасовен современиот став дека способноста за креативно изразување не е сосема и во потполност генетски предиспонирана.

Талентот и интелигенцијата можат делумно да бидат генетски определени, но развојот на креативноста колку што е зависен од наследството, односно човековата природа, уште повеќе зависи од воспитувањето и образованието, односно влијанието на околината.

Сите луѓе, ако за тоа имаат соодветни услови, знаење и вештини, поседуваат способност за постигнување креативни резултати во некои подрачја.

Општеството секому би требало да му овозможи во согласност со своите способности да успее во тоа. Кога станува збор за децата, на тоа не обврзува и Конвенцијата за правата на детето (1990) која во Членот 29 вели дека воспитувањето и образованието на детето треба да се насочи кон „развојот на личноста, талентот и највисоките потенцијали на душевните и телесните способности на детето“, или со други зборови: детето да има право на квалитетно воспитание и образование, на кои им е цел развивањето на неговата посебност, надареност, талент, на менталните и телесните способности и тоа во најголема можна мерка. Бројни истражувања покажале и докажале дека децата и учениците подобро и побрзо сфаќаат и учат со помош на различни креативни техники. Иако во голем број детски градинки и училишта и понатаму владеат традиционалните воспитни и наставни методи и дидактичката концепција, сепак, започнува да се развива и негува креативниот процес, кој дава нови, необични, прифатливи, привлечни и значајни резултати.

Затоа, постојано треба да се создаваат воспитни, образовни, педагошки ситуации кои ќе ја поттикнуваат креативноста. Таа е значајна човечка особина и потребно е да се поттикнува, развива и негува во воспитно-образовниот процес, за да биде поблиску до човековите потреби, а со самото тоа и воспитувањето и образованието да станат и бидат попродуктивни, поквалитетни, пополезни и потрајни.

Во поттикнувањето на креативноста нужно е да се вклучат сите носители на воспитно-образовните установи, но и семејството, но и целокупната општествена заедница.¹

Вработените во воспитно-образовните установи треба да бидат подготвени за целоживотно учење, како би можеле да ја поттикнуваат креативноста и да бидат во чекор со времето. Децата и учениците денес во градинките и училиштата поминуваат голем дел од својот живот (детството, адолесценцијата и младоста), па се отвора проблемот на смислата на наставата која е или не е свртена кон развојот на една од најзначајни човекови карактеристики – креативноста.

Англискиот педагог Кен Робинсон нагласува: „Верувам дека креативноста во воспитувањето и образованието е подеднакво значајна како и писменоста и подеднакво кон неа треба да се однесуваме, но, за жал, училиштата по својата традиција се уште не ја поттикнуваат доволно креативноста кај учениците. Кога

1. Srića, Velimir (1994). Upravljanje kreativnošću. Zagreb: Školska knjiga., str. 42

станува збор за наставата, се уште доминира фронталната предавачка настава која се сведува на пасивната слушателска улога на ученикот.“²

Има бројни примери кога врвни творци имале потешкотии во остварувањето на задачите кои ги поставува училиштето. Голем број истакнати научници и уметници често не биле препознаени на време во училиштето и дури биле сметани за лоши ученици, а подоцна истите тие се докажале како врвни творци.

Поимот креативност вообичаено подразбира создавање нешто ново. Едни автори сметаат дека е креативен само оној поединец кој произведува, додека други пак мислат дека и способноста на воочување е необичен знак на креативност.

Како главни особини на креативноста се земаат два елемента³:

1. Креативност, творештво – активност која дава нови, оригинални производи како во материјалната така и во духовната сфера, кои не можат да се припишат на имитацијата на веќе од порано постоечките производи, зашто од нив битно се поинакви. Карактеристика на тие производи е подобро, поуспешно и порационално да ги задоволуваат индивидуалните и општествените потреби од претходно постоечките производи⁴ и
2. Креативност, творечко мислење, претставува облик на мислење во чија основа е сложената, интелектуална активност што ја карактеризираат оригиналноста и општествено признаената вредност на резултатите и активностите. Особината оригиналност им се припишува на оние продукти на мисловна активност и дејност преку кои се доаѓа до нешто ново, необично, ретко, посебно.⁵

Креативноста е творештво со кое се создава нешто ново, поинакво од дотогашното, кое вклучува решавање на проблемите на свој начин, откривање на дотогаш непознатото. Креативноста е највисок облик на творештво, како што е и креативната или инвентивна работа - највисок облик на труд. Креативноста се заснова на досетливост, луцидност, проникливост, дарба за пронајдоци, творечка фантазија, дивергентно и флексибилно мислење. Плодови на креативниот процес се: оригинално дело, рационализација на работата, унапредување на организацијата, заштеда на материјали и време, пронајдок, изум, откритие.⁶

Креативниот поединец воочува, доживува, ги комбинира нештата и појавите на сосема нов, поинаков, невообичаен начин. Креативниот поединец произведува нови, поинакви, невообичаени идеи и дела.

Креативноста е збир на особини и способности кои се потребни - одредена личност да ги воочи, открие, предвиди и доживее нештата и појавите на себеси својствен начин. Тие особини на креативниот поединец му даваат можност - своето доживување на светот да го преточи во креативно делување, кое ќе резултира со создавање креативен производ.⁷

2. Bognar, B. (2006) *Odgojne znanosti: Učiteljski fakultet; Sveučilišta u zagrebu*; str.: 209-228

3. Huzjak, M. (2006) *Odgojne znanosti*; Vol.8; br.1 str. 289-300

4. Petz, B., *Psihologoski rječnik* (2005), str. 218, Naklada Slap, Zagreb

5. Svedružić, Antonio: *Metodički ogledi: časopis za filozofiju odgoja*, Vol. 12 No. 2, 2005. Hrvatsko filozofsko društvo, Zagreb

6. Ozimec, Stjepan: *Odgoj kreativnosti: kako prepoznati i poticati dječju kreativnost Naša djeca*, 1987 – str. 20 pages

7. Ozimec, Stjepan: *Otkriće kreativnosti, Varaždinske Toplice: Tonimir*, (1996) str. 399

Креативноста е мислење и соодветен процес кој го поврзува нашето претходно искуство, одговорите на стимулансите (објекти, симболи, идеи, луѓе, ситуации) и создавањето на најмалку една единствена комбинација.⁸

Креативноста е способност на создавање единствено и ново решение, идеја, производ и слично. Резултатите мораат да бидат оригинални и статистички ретки. Креативниот производ мора во културата да биде оценет како вреден, полезен, употреблив (во подрачјето на дејноста во која е создаден), т.е. се што е ново или поинакво не е секогаш и креативно, туку често е неприфатено или чудно. Под креативност се подразбираат: креативни производи, креативни поединци (или групи), креативни процеси и креативна околина.⁹

Креативноста е способност на поединецот да произведе одредена новост на веќе постоечката состојба или идеја било во материјалната или духовната сфера (решенија, идеи, уметнички форми, производи или теории) - таа новост да е економична, оригинална и применлива во рамките на одреден социјален контекст и да е позитивно насочена.¹⁰

Креативноста е ментален процес кој вклучува содавање на некои нови идеи и поими, нови решенија на проблемите и создавање врски помеѓу постоечките идеи или поими. Во денешно време креативноста е една од најзначајните карактеристики на успешните поединци и научната постапка за создавање и развој на инвентивното општество. Тоа можеме да го воочиме уште во самата лексема на зборот креативност чиј корен е во латинското креаре, што значи создавање нешто ново и креатор што значи пронаоѓач или иницијатор.¹¹

Врз основа на латинскиот корен создаден е современиот збор креативност кој исто така првенствено се однесува на способноста за создавање и ги претставува карактеристиките кои треба да ги поседуваат поединците за да креираат нов мисловен или материјален производ. Современиот збор креативност според тоа претставува моќ на создавање, пронаоѓање или произведување; уметничко творештво и учество во нешто полезно и/ли вредно.¹²

Од сето ова може да се претпостави и заклучи дека креативноста постои откако постојат создавачи и пронаоѓачи, зашто таа е неопходна особина за креирање на новите општествено полезни производи. Луѓето креативноста ја искажувале уште додека живееле во пештерите, а таа била нужна за воопшто да преживеат. Но, освен за егзистенцијалните прашања, и во она прастаро време луѓето, т.е. пралуѓето имале потреба креативно да се изразуваат и тоа на најразлични уметнички начини. Креативноста е предуслов за уметноста и творештвото. Секој креативен зафат најпрвин подразбира осмислување на новите идеи кои потоа ќе бидат реализирани во оригинални умствени и материјални творби. Секоја од тие творби мора да има посебно значење за општеството или за некој определен поединец или група како би била препознаена. Со развивањето на креативноста и прифаќањето на креативното мислење во градинката и училиштето, а подоцна и на факултетот, истовремено децата, учениците и студентите се поттикнуваат и на

8. Bognar, Branko (2004). Poticanje kreativnosti u školskim uvjetima. Napredak, 2(14), str. 69-77

9. Hrvatska enciklopedija: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=50435>

10. Bedeković, Vesna; Zrilić, Smiljana Kreativnost kao profesionalna kompetencija i perspektive cjeloživotnog obrazovanja učitelja // Kurikulum ranog odgoja i obveznog obrazovanja / Bouillet, D., Matijević, M. (ur.). Zagreb: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2009. str. 671-685

11. Jasna Cvetković-Lay, Vid Pečjak: Možeš i drukčije: priručnik s vježbama za poticanje kreativnog mišljenja, Zagreb: Alinea, 2004

12. Simel, Sanja. Gazibara, Senka. 2013. Kreativnost u nastavi hrvatskoga jezika. Život i škola 29, br. 1: 188 – 204; Bognar, Branko; Simel, Sanja Filozofska polazišta pozitivne pedagogije // Metodčki ogledi, 20 (2013), 1; 137-168

творештво. Тоа е човекова потреба, но треба да се земе предвид дека таа се јавува дури откако се задоволени другите потреби. Битно е во градинката и училиштето и на факултетот да се создадат услови во кои ќе се задоволат основните потреби на учениците и студентите, а веднаш потоа и потребите за творештво. Кај младите треба да се негува потребата за творештво со поттикнување на творечките процеси во воспитувањето и наставата.¹³

Исто така, еден од начините за дефинирање на креативноста би бил и преку нејзините карактеристики, а тоа се: вклученост на имагинативното размислување или однесување, целисходни активности (насочени кон остварување на целта) и конечниот резултат што треба да биде креативен и вреден во однос на целта на таа активност. Понатаму, карактеристики на креативното мислење и однесување се и проверката на усвоените правила и претпоставки, создавањето инвентивни врски и поврзувањето на нештата кои вообичаено не се поврзани, замислување на она што би можело да биде тестирање на поинаквите, свежите пристапи, критички осврти на идеите, акциите и резултатите.¹⁴

Истражувањата за креативноста на почетокот се потпирале на проучувањето на посебностите на исклучително креативните луѓе. Во седумдесеттите и осумдесеттите години од минатиот век - фокусот на истражувачите е префрлен на когнитивниот приод, односно на внатрешните ментални процеси кои се појавуваат кај креативните луѓе. Во осумдесеттите и деведесеттите години на минатиот век актуелен станува социокултуралниот приод – интердисциплинарниот приод кој се потпира и темели на креативните социјални групи, на групите луѓе во социјалниот и културен контекст и вклучува социолози, антрополози, историчари и други профили.¹⁵

Хуманистите тргнаа од хипотезата дека креативноста е иманентна на секое човечко суштество. Креативноста е показател дека некоја личност во потполност ја развила својата човечност. Со својата сензитивна отвореност кон светот, својата доверба во сопствените способности да формира нови односи со околината, тоа е тип на личност од која произлегуваат креативни продукти и креативен начин на живот. Креативецот не е конформист, тој живее конструктивно и во хармонија, колку што му дозволува балансирањето со задоволувањето на потребите. Концептот на креативност и концептот на здрава, самоактуелизирана, потполно хумана личност се чини дека се поблиску и поблиску одат заедно и можеби ќе станат исто нешто.¹⁶

Креативната личност е здрава, самоактуелизирана и потполно хумана личност која како таква ќе биде и подобар татко, подобар учител, граѓанин и сл.

Карактеристиките на креативноста варираат внатре и помеѓу луѓето и дисциплините. Ниедна личност не ги поседува сите карактеристики, ниту ги покажува цело време, па многу од тие карактеристики можат да бидат научени и одгледувани. Како резултат на тоа, тешко е да се предвиди кои деца и ученици и студенти можат да станат креативно-продуктивни возрасни луѓе.¹⁷ Трефингер и соработниците - особините на креативноста ги поделиле во четири категории:

13. Stevanović, Jelena (2012) *Nastava i vaspitanje* (2012), vol. 61, br. 1, str. 7-21 *Pravopisne odlike jezičke kulture učenika u osnovnoj školi. Srpski jezik - studije srpske i slovenske*, (16): 637-652

14. National Advisory Committee on Creative and Cultural Education. (1999)

15. Slunjski, Edita (2013) *Kako djetetu pomoći da --- stječe prijatelje i razvija socijalne vještine : priručnik za roditelje, odgajatelje i učitelje*, Zagreb : Element, 2013

16. A.H.Maslow: *Motivation And Personality*, Prabhat Prakashan, New Delhi, 2019, стр.55

17. Treffinger et al. 2002 *Treffinger, Donald J., Young, Grover C., Selby, Edwin C., Shepardson, Cindy* (2002). *Assessing creativity: A guide for educators*. Sarasota/Florida: Center for Creative Learning

создавање на идеите, продлабочување на идеите, отвореност и храброст за истражување на идеите и слушање на сопствениот внатрешен глас.

Општествените околности во кои луѓето ги остваруваат своите животи имаат големо влијание на развојот на креативноста, па колку е општеството послободно и подемократско, толку и креативноста е поприсутна.¹⁸ Маслоу смета дека децата, учениците и студентите мораме да ги учиме и научиме да станат креативни личности за да бидат во состојба да иновираат и импровизираат. Не смеат да се плашат од промените, туку мораат да се чувствуваат пријатно во промените и иновациите; мораат да бидат личности кои нема да им се спротивставуваат на промените, туку треба да ги антиципираат и тој предизвик да го исползуваат.

Многу педагози, психолози и филозофи сметаат дека креативниот поединец размислува разговетно, па истовремено треба да биде флексибилен и отворен за различните алтернативи.

Секоја креативна личност уште од раѓањето поседува креативен потенцијал кој потоа зависи од бројни фактори. Бројни истражувања и истражувачи ги испитувале и анализирале личноста и особините кои ги разликуваат креативната од некреативната личност. Според Богнар¹⁹ особини на креативната личност се: самодоверба, самопочит, отвореност кон новите искуства, упорност и мотивација, толеранција и подготвеност за ризици. Стевановиќ²⁰ како карактеристики на креативниот ученик и студент ги наведува комуникативноста, снаодливоста, самодовербата, љубопитноста и истрајноста; тој донесува поинакви решенија од оние кои ги дава наставникот, стекнатите знаења ги применува во практиката, многу чита, бара дополнителни објаснувања, не е површен и на проблемите им приоѓа сериозно и ангажирано. Карсон (според Арар и Рачки, 2003)²¹ дава попис на најчесто наведените карактеристики на креативниот поединец: отвореност кон внатрешните и надворешните искуства; сензитивност, чувствителност и истрајност; способност за мислење кое често оди и против логиката; пронаоѓање ред во хаосот; често прашува зошто; толеранција на двосмисленост; подготвеност за растење и менување...

Детската креативност се разликува од креативноста на возрасните. Возрасните поседуваат еден вид експертност што вклучува техничка вештина, уметничка способност, талент или познавање на потребните информации кои можат да му придонесат на оној што создава. Истовремено, децата имаат помалку искуства, помалку се експертни, работните стилови се помалку развиени, но тоа можат да го компензираат со своите единствени начини на мислење и пристапите кон задачите. Имагинацијата и фантазијата се голема креативна предност што ја имаат децата.²²

Меѓу истражувачите постојат разлики во врска со бројот на фазите на креативниот процес. Но, во најширока смисла се прифатени: препарацијата, инкубацијата, илуминацијата и верификацијата. Подготвителната фаза го означува почетокот на творечкиот процес, а може да се подели на воочување и на формулирање на проблемот, подлабоко запознавање на проблемот и собирање материјали со обиди да се пронајде решение на проблемот. Откако во подготвителната фаза ќе се дефинира проблемот и ќе се пронајде соодветен

18. A.H.Maslow: Motivation And Personality, Prabhat Prakashan, New Delhi, 2019, стр.56

19. Bognar, Branko (2004). Poticanje kreativnosti u školskim uvjetima. Napredak, 2(14), 69-77.

20. Stevanović, Jelena (2012) Nastava i vaspitanje (2012), vol. 61, br. 1, str. 7-21 Pravopisne odlike jezičke kulture učenika u osnovnoj školi. Srpski jezik - studije srpske i slovenske, (16): 637-652

21. Ljiljana Arar, Željko Rački: Psihologijske teme, Vol. 12 No. 1, 2003. Priroda kreativnosti, str. 35

22. Bognar, Branko (2004). Poticanje kreativnosti u školskim uvjetima. Napredak, 2(14), 69-77.

материјал за анализа, следува фазата на инкубација. Инкубацијата е внатрешно дозревање на решението.

Фазата на илуминација или инспирацијата (осветлување на проблемот) доведува до решението кое се чини како да дошло одеднаш и неочекувано. Решението потоа се проверува во последната фаза, а тоа е верификацијата која се заснова на проверување и вреднување на решението.²³

Со остварување на креативниот (творечки) процес се создаваат креативни (творечки) производи или продукти. Креативниот продукт (творечкиот производ) според тоа е краен резултат на креативниот труд, кој може да биде опиплив, односно физички, но може да биде и интелектуална творба.²⁴

Креативниот продукт подразбира одредена новост во однос на постоечката состојба, оригиналност и полезност, економичност на целото општество, што се огледа низ уметнички, технички, научни стопански и други подрачја. Креативниот продукт се создава како резултат и исход на креативниот процес и се јавува во повеќе облици, зашто сите продукти не се опипливи и трајни. Креативниот продукт може да биде изразен и во форма на експресија (создавање опиплив, конкретен, видлив продукт) или импресија (способност за креативно, богато, детално забележување).

Најчесто спомнуван критериум за определување на креативниот продукт е новоста т.е. оригиналноста, но постојат различни гледишта за тоа што е всушност креативниот продукт. Некои сметаат дека секој психолошки продукт е креативност, што значи дека не мора да станува збор ни за било каков опиплив производ. Најбитно е во сето тоа да постои оригиналноста која може да биде изразена не само во материјалниот производ, туку и во мисловните комбинации (Стевановиќ).²⁵ Арар и Рачки (2003) наведуваат дека креативен продукт е секој чин кој ја задоволува комбинацијата од три критериуми: новост – иновативни, оригинални одговори; делотворност – во справувањето со предизвиците или проблемите; и полезност – за поединецот или општеството.²⁶

Креативниот продукт мора да задоволи значајни социјални критериуми за да биде прифатен во справувањето со предизвиците или проблемите.

Креативната околина е окружување во кое поединецот живее и кое значајно влијае на неговиот развој на креативноста. Креативната околина ја сочинуваат семејството, градинката, училиштето, врсниците и целокупната заедница. Креативноста зависи од социјалниот контекст: креативниот чин да биде актуелизиран потребна е енергијата на поединецот, но и тој чин мора да биде забележан во општеството. Општествата меѓусебно се разликуваат според тоа колку внимание и време вложуваат во воочувањето и препознавањето на новите идеи. Креативноста е развој на новите идеи, додека иновацијата е примена на тие нови идеи во практиката. Остварувањето на креативните идеи многу зависи од околината во која се јавуваат (Арар, Рачки, 2003).²⁷

Во воспитниот и наставниот контекст, една од основните претпоставки за разновидните форми за поттикнување на креативното изразување на децата, учениците и студентите е околината, која треба да овозможи непречено манифестирање на креативните потенцијали на децата, учениците и студентите.

23. Stevanović, Jelena (2012) *Nastava i vaspitanje* (2012), vol. 61, br. 1, str. 7-21 *Pravopisne odlike jezičke kulture učenika u osnovnoj školi. Srpski jezik - studije srpske i slovenske*, (16): 637-652

24. Ozimec, Stjepan: *Otkriće kreativnosti*, Varaždinske Toplice: Tonimir, (1996) 399 str.

25. Stevanović, Jelena (2012) *Nastava i vaspitanje* (2012), vol. 61, br. 1, str. 7-21 *Pravopisne odlike jezičke kulture učenika u osnovnoj školi. Srpski jezik - studije srpske i slovenske*, (16): 637-652

26. Ljiljana Arar, Željko Rački: *Psihologijske teme*, Vol. 12 No. 1, 2003. *Priroda kreativnosti*, str. 37

27. Ljiljana Arar, Željko Rački: *Psihologijske teme*, Vol. 12 No. 1, 2003. *Priroda kreativnosti*, str. 37

Според Цветковиќ – Лај и Печјак (2004)²⁸, креативноста е можно да се подели на неколку значајни компоненти: оригиналност, флексибилност, флуидност и елаборација. Оригиналноста е одредница на креативноста која им овозможува на лицата да дојдат до идеи кои не се претходно познати и да ги употребат при креирањето на новите производи. Флексибилноста се однесува на брзо пронаоѓање алтернативно решение на некој проблем. Таа претставува и можност за одредена појава да се согледа од различни перспективи за да се дојде до што е можно повеќе различни решенија на некои проблеми и соодветно на тоа би можеле да се донесат темелни заклучоци. Флексибилноста во својата суштина бара променливост на мислењето, отвореност кон новите идеи и оддалечување од инерцијата. Целта на флуентноста е во краток временски период да се пронајдат што повеќе можни решенија и идеи, не обрнувајќи внимание притоа на степенот на нивниот квалитет (промислувањето за најрелевантните одговори следува подоцна). Елаборацијата е составен дел на конвергентното мислење, а од посебно значење е во последната фаза на креативниот процес во кој се проверува употребливоста, применливоста и изводливоста на производот на творечкото мислење (Petz, 2005).²⁹

Guilford³⁰, еден од најголемите теоретичари на креативноста, посебно внимание посветува на разликите помеѓу конвергентното и дивергентното мислење. Конвергентното мислење подразбира откривање на едно решение на проблемот, за разлика од дивергентното кое вклучува создавање на повеќестрани одговори и често се користи како синоним за креативноста.

Кога станува збор за креативноста во воспитниот и наставниот процес, можеме да разликуваме експресивна, продуктивна, инвентивна, иновативна и емергентна креативност. Експресивната креативност е типична за децата и се манифестира со слободно, спонтано изразување на внатрешните состојби преку прашања, цртежи, игри...

Продуктивната креативност се огледа во успешното ползување на вештините и техниките кои овозможуваат создавање нов креативен производ. Иновативната креативност се огледа во пронаоѓањето нови начини ученикот да се изрази (подразбира можност за комбинирање на старите елементи од знаењето, предметите и слично во нови целини.

Инвентивната креативност подразбира креирање на нешто што е ново на поширок план и има пошироко општествено значење. Емергентната креативност означува нешто што е епохално и значајно за човештвото (Stevanović, 2012).³¹

Степенот во кој креативноста ка учениците и децата ќе се развие и изрази зависи од нивните лични карактеристики и предиспозиции, но во голем дел зависи и од наставниците и воспитувачите, како и од околината.

Креативните техники помагаат при создавањето педагошки ситуации, а целта е поттикнување на децата и учениците на дивергентно мислење и овозможување на развојот и изразувањето на нивните креативни потенцијали.

Креативните техники се клуч за подобра иднина. Креативните техники се најделотворни. Денес има бројни креативни техники, како што се бура од идеи,

28. Jasna Cvetković-Lay, Vid Pečjak: Možeš i drukčije: priručnik s vježbama za poticanje kreativnog mišljenja, Zagreb: Alinea, 2004

29. Petz, B., Psihologoski rječnik (2005), str. 218, Naklada Slap, Zagreb

30. Ricards, R. (2001), Millennium as Opportunity: Chaos, Creativity, and Guilford's Structure of Intellect Model. Creativity Research Journal, 13 (3 – 4), 249 – 265.

31. Stevanović, Jelena (2012) Nastava i vaspitanje (2012), vol. 61, br. 1, str. 7-21 Pravopisne odlike jezičke kulture učenika u osnovnoj školi. Srpski jezik - studije srpske i slovenske, (16): 637-652

умни мапи, шест шешири, водена фантазија, случајни поими, покренувач на нови идеи, шест универзални прашања, провокации, морфолошка анализа, ликови од бајки и слично. Овие активности освен што ги поттикнуваат децата и учениците и студентите да ги развиваат своите креативни потенцијали и ги мотивираат, тие ги подобруваат и односите на учесниците во воспитно-образовниот процес и овозможуваат подобри услови за тимска и интерактивна работа, соработка и креативно учење, при што доаѓа до непосредна, спонтана, директна размена на искуства, материјали и идеи.

Доц. д-р Бошко Караџов
Филозофско друштво на Македонија
Р. Северна Македонија

КАУЗАЛНОСТ И ПОЗНАНИЕ: КОН ХЈУМОВАТА ЕПИСТЕМОЛОГИЈА НА СЕНЗОРНАТА НАВИКА

АПСТРАКТ: Во овој научен труд ќе ја изложиме епистемолошката теоријата на шкотскиот филозоф Дејвид Хјум во поглед на човековите капацитети за спознавање на каузалните релации во природата. Хјум смета дека севкупното наше заклучување за фактите или за светот на појавното почива на проучувањето на односот меѓу причината и последицата. Оттука и важноста на истражувањето на каузалните односи. Меѓутоа, неговите епистемолошки анализи на човековата познавателна способност за нивно спознавање откри дека нашите претпоставки на кои почива севкупното наше заклучување за каузалноста, севкупното наше познание на константниот тек на природата или познанието за сличностите на идното со минатото искуство, не се изведени од разумот, туку од емоционалната сфера на човековата природа. Затоа во овој труд ќе се обидеме детално да ги предочиме и анализираме премисите во Хјумовите заклучоци кои доведоа до неговото уверување дека познанието на каузалноста е повеќе сензорен, отколку когнитивен акт.

КЛУЧНИ ЗБОРОВИ: Дејвид Хјум, каузалност, познание, индукција, природни релации, филозофски релации, каузални релации, причинско-последователни релации, сензорна навика

CAUSALITY AND KNOWLEDGE: TOWARDS THE HUME'S EPISTEMOLOGY OF SENSORY HABIT

ABSTRACT: In this paper we will present the epistemological theory of the Scottish philosopher David Hume regarding human capacities for understanding causal relations in nature. Hume believes that our overall conclusion about facts rests on the study of the relationship between cause and effect. Hence the importance of research on causality. However, his epistemological analyzes of our cognitive ability to recognize them have revealed that our assumptions about causality, our overall knowledge of the constant course of nature are not derived by reason, but from the emotional realm of human nature. Therefore, in this paper we will try to present in detail and analyze the premises in Hume's conclusions that led to his position that the knowledge of causality is more sensory than cognitive act.

KEYWORDS: David Hume, causality, cognition, knowledge, induction, natural relations, philosophical relations, causal relations, cause-and-effect relations, sensory habit

ВОВЕД

Разбирањето и толкувањето на каузалноста и познанието од страна на шкотскиот филозоф Дејвид Хјум е втемелено на неговата анализа и опис на содржините на свеста. Следејќи ја делумно емпиристичката традиција на островската теорија на познанието, Хјум уверува во стојалиштето дека сите елементи на нашето познание потекнуваат од искуството, а целокупната творечка моќ на духот се состои во способноста за: составување, преместување, додавање и одземање на граѓата која ни ја даваат сетилата и искуството. За разлика од поимот идеи кој Џон Лок и Џорџ Беркли го употребуваат како општ назив за сите основни елементи на свеста, Хјум го употребува терминот перцепции. Перцепциите ги различува на два вида: (1) импресии (впечатоци) и (2) идеи (мисли) по степенот на силата и живоста на нивното појавување во свеста. Првите, значително поживи и појаки, втемелени во актуелното појавување на сите наши чувства, страсти, сензации и емоции во нашата душа и вторите, кои се воочливо бледи слики на првите, сосредоточени во мислењето и расудувањето. Впечатоците и мислите можат да бидат едноставни (неделиви) и сложени (разделиви), а помеѓу неделивите постои заемна кореспонденција во смисла дека на едноставната идеја ѝ соодветствува едноставна импресија и спротивното. Но, кај сложените впечатоци и идеи ова не е случај, бидејќи можеме да имаме комплексна идеја без соодветна комплексна импресија, а многу комплексни впечатоци не можат да се репродуцираат во идеи. Меѓутоа, штом комплексните идеи се составени од едноставните неразделиви идеи на кои им соодветствуваат совмесни впечатоци, тогаш може да се тврди дека сепак има одредена кореспонденција и помеѓу комплексните перцепции.¹

Врз основа на овие теоретско-познавателни уверувања, Хјум го поставува клучното прашање: Што од овие два вида перцепции е причина, а што последица? Тој смета дека сите наши едноставни неразделни идеи непосредно или посредно (преку други идеи) се изведени од неразделните едноставни импресии на кои им соодветствуваат. Во прилог на ова, тој го наведува аргументот на временскиот тек кој покажува дека првото појавување на впечатокот претходи на првото појавување на соодветната идеја и аргументот на органската грешка кој вели дека при не ползување на една сетилна способност не можеме да имаме идеја која е совмесна на импресијата која не може да се втисне.² На овој начин, доаѓа до неговото прво начело на науката за човековата природа во смисла дека сите неразделни идеи потекнуваат (посредно или непосредно) од соодветните впечатоци. Од ова начело го екстрахира методолошкото упатство за испитување на нашите недоволно јасни идеи кое предложува разјаснувањето да се содржи во воочување на импресијата од која комплексната идеја е изведена. Како што вели: „...невозможно е правилно да се расудува, ако на полно не ја сфатиме идејата за која расудуваме, а невозможно е да се сфати која било идеја, ако не се следи нејзиниот извор и ако не се испита онаа примарна импресија од која и испитуваната идеја настанала...испитувањето на импресиите дава јасност на идеите, а испитувањето на идеите дава јасност на нашето заклучување“.³ Испитувањето на импресиите од кои извираат идеите е неопходно затоа што често се употребуваат изрази кои немаат никаква смисла, бидејќи со нив не е поврзана никаква идеја.⁴ Хјум во целост

1. Д. Хјум, Испитување на човековото познание, Скопје, Слово, 2001, стр.15-17.

2. Ibid., стр. 18-19.

3. Д. Хјум, Испитување на човековото познание, op. cit., стр. 19-20.

4. За разлика од Испитување на човековото познание во Расправата за човековата природа е подетален во

ја прифаќа Локовата позиција дека спознанието по природа е восприемање на релациите на согласување и несогласување на нашите идеи. Четирите вида на (не) согласување на идеите на Лок⁵ – идентитет, релација, коегзистенција (нужност) и егзистенција (реална) Хјум ги сведува на релации во поширока смисла на зборот и предметот на познанието го воспоставува во спознавањето на релациите.

ПРИРОДНИ И ФИЛОЗОФСКИ РЕЛАЦИИ

Врз основа на претходно изложените гносеолошки позиции, неговото разбирање и толкување на каузалноста и познанието се основа во учењето за релациите кои ги подредува во две определиви групи: 1) *природни релации* и 2) *филозофски релации*. Првите се оние кои ги извлекуваме од поврзувањата на идеите во реалниот тек на психичките случувања, а вторите се оние релации кои воопшто теоретски се можни. Со оваа дистинкција, Хјум прави обид за разграничување на психолошките од логичките испитувања. Природните релации се сведуваат на три подвида: а) *сличност*, б) *временско-просторен контигвитет* и в) *каузална поврзаност*, а врз нивна основа постојат трите начела на асоцијација на идеите или три основни закони на поврзување на идеите во реалниот тек на нашиот психички живот.⁶ Овие природни релации имаат своја аналогија во филозофските, но вториве се седум: 1) сличност, 2) спротивност, 3) степен на квалитет, 4) квантитативно-нумерички однос, 5) идентичност, 6) просторно-временски однос и 7) каузалитет. Од овие седум, Хјум ги повлекува на страна: сличноста, спротивноста, степенот на квалитет и квантитативниот однос изразен во бројки бидејќи зависат само од идеите кои ги споредуваме и остануваат непроменливи сè додека идеите останале непроменливи. Тие се констатираат со чистата дејност на мислењето. Останатите, идентитет, каузалитет и просторно-временски след, можат да се променат и без промена во идеите, па затоа овие релации можеме да ги утврдиме само во искуството. Познанијата кои ги стекнуваме со чистата дејност на мислењето за релациите од првата група се апсолутно доверливи. Ем интуитивно, кога ни е доволен само вглед и непосредна споредба на идеите за да воочиме сличност, спротивност и квалитет; ем демонстративно, кога ни се доволни математичките операции за да дојдеме до совршено точни и сигурни квантитативно-нумерички релации. Идентитетот и временско-просторните односи можат подеднакво со недемонстративна едноставно набљудувачка согледба да се воочат во релацијата која непосредно им се дава на сетилата. Овие две релации не му дозволуваат на духот да оди отаде она што непосредно се појавува.

КАУЗАЛИТЕТ И ПОЗНАНИЕ

Каузалитетот е таква релација во која умот ја напушта закотвеноста во појавното и врз основа на постоењето на еден предмет ја заклучува егзистенцијата на друг предмет кој не е (пре)даден на импресиите. Токму ова е индуктивната нишка до која доаѓа Хјум. За да го идентификува по тоа индуктивното познание со

поглед на разделувањето на импресиите и идеите. Првите ги разложува на сензации и рефлексии, а вторите на памтење и имагинација. Ја прифаќа воспоставената островска дивизија на сложените перцепции на: модуси, супстанци и релации. Спордете; D. Hume, *Rasprava o ljudskoj prirodi*. Sarajevo, „Veselin Masleša“, 1983.

5. Системтска анализа на релацијата помеѓу епистемолошките основи на филозофијата на Хјум и познавателната доктрина на Лок може да се прочита кај: G. Petrovic, „Problem spoznaje u filozofiji Davida Humea“, *Dodatak vo: Engleska empiristička filozofija*, Zagreb, NZMH, 1983, str. 282-323, kaj: Peter J.R. Millican, *Hume, Induction, and Probability*, op. cit., 23-40.

6. Д. Хјум, Испитување на човековото познание, op. cit., стр. 22-23.

каузалитетот. Неговиот став е дека севкупното наше заклучување за фактите или за појавното почива на проучувањето на односот меѓу причината и последицата. Оттука и важноста на истражувањето на каузалните односи. Поточно, имаме релации на идеи кои не зависат од реалната егзистенција на што било во светот и без помош на искуството доаѓаме до нив по пат на демонстрација или интуиција. Но, имаме и релации или факти чија неегзистенција не вклучува во себе никаква логичка противречност, па не можеме да ги спознаеме со интуиција и демонстрација, туку само врз основа на заклучувањето за нивните причинско-последователни релации.⁷

Проблемот на каузалитетот кај Хјум не е толку онтолошки проблем на постоењето на каузалитетот и нужноста, колку логичко-епистемички проблем сосредоточен во прашалниве дилеми:

- » Како ние ја спознаваме причиноста?
- » Каква е смислата, изворот и логичката вредност на нашите искази за причинско-последователните поврзувања на појавите и настаните?
- » Што мислиме кога велíme дека некоја ствар или ентитет има онаква или поинаква одредена причина?
- » Што мислиме под тоа кога ќе речеме: сè што постои има своја причина?
- » Од каде го црпи́ме уверувањето дека каузалниот однос е нужен однос?
- » Каков степен на извесност и каква логичка вредност ѝ припаѓа на нашата доверба во каузалната поврзаност на појавите?

Истражувањето на каузалноста во овие аспекти би ни помогнало во осветлувањето на сликата за нашата природа и познавателните капацитети. Следејќи ги своите методолошки поставки, Хјум од испитуваната идеја се движи кон нејзиниот извор во импресиите. Од идејата за каузалитет кон нејзиниот вртук од кој е изведена. Меѓутоа, претходно комплексната идеја мора да се разложи до нејзините конститутивни неделиви последни ingredienti. А на *каузалитетот* тие се: 1) временско-просторен допир, 2) сукцесија или временски след едноподруго (временски приоритет на причината пред последицата) и 3) нужна поврзаност меѓу причината и последицата.⁸ За првите две имаме јасни впечатоци, но третата - нужната поврзаност е проблемски најкомплексна. Толкувајќи го Хјум може да се каже дека овој однос го искусуваме во секојдневната практика, но сложената идеја за каузалитетот се состои во следново: по одредена појава, од настан или процес кој се означува како „*причина*“, секогаш нужно произлегува одреден настан или појава која ја нарекуваме „*последица*“. Причината секогаш се појавува временски прва, а последицата по нејзиното настанување. Тие се заемно условени, не постојат самостојно, бидејќи се во просторно-временски контигвитет. Аргументацијата на Хјум оди во следниов правец. Прво, сите заклучоци за фактите се темелат на односот: *причина – последица*. Второ, спознанието за односот: *причина – последица* не се постигнува со априорно заклучување, туку знаењето за каузалитетот потекнува од искуството. Трето, бидејќи ниеден предмет со својствата кои на сетилноста им се достапни не ги открива причините кои го предизвикале, ниту пак последиците кои од него ќе произлезат; нашиот ум не може да знае без искуството, *не може да произведе заклучок за каузалноста без искуството*. Знаењето за причинско-последователните релации е основано во искуството. Четврто, секоја последица е настан кој се разликува од својата

7. Д. Хјум, Испитување на човековото познание, op. cit., стр. 32-35.

8. Ibid., стр. 37-38.

причина, па затоа последицата не може да се открие со/во својата причина. Сè што се знае априори, или е измислено или е наполно произволно.

Затоа Хјум на едноставното гносеолошко прашање: *Каква е природата на нашите расудувања за фактите*, одговара дека тие се темелат на односот: *причина – последица*. А кога ќе прашаме која е основата на сите наши расудувања и заклучувања за одност: *причина – последица*, тогаш одговорот е *искуството*. Од ова следува главното негово прашање или *што е основа на сите заклучувања од искуството?*⁹

Во Испитување на човековото познание вели: „...и покрај тоа што имаме искуство за дејствување на причината и последицата, основата на заклучоците од искуството не е во расудувањето или некој друг разумски процес“.¹⁰ За него е јасно дека секогаш претпоставуваме причините да поседуваат исти тајни сили и очекуваме дека од нив ќе следуваат последици слични на оние кои сме ги сознале во искуството. Но, бидејќи не ни е позната врската меѓу сетилните својства и тајните сили, духот со ништо не може да создаде заклучок за нивната постојаност и редовна поврзаност. Хјум поентира со следново: „...минатото искуство дава непосредни и сигурни известувања само за оние предмети и за оној временски рок што тоа ги запознало. Но, зошто тоа искуство би требало да биде проширено на иднината и на други предмети, кои според она што ние го знаеме, можат да бидат само по изглед слични со првите?“¹¹

Поврзувањето на исказот „*таков предмет го следи таква последица*“ со пропозицијата „*другите предмети кои се чинат истовестни со првиот ќе ги следат истовестни последици*“ не е ни интуитивно, ни демонстративно. Сите заклучоци за егзистенциите (*фактите*) се темелат на односот: *причина – последица*. Нашето познание на тој однос во целост потекнува од искуството. Сите наши заклучоци од искуството по природа или во основа поаѓаат од претпоставката дека иднината ќе се совпаѓа со минатото и од претпоставката дека сличноста меѓу предметите нè наведува да очекуваме последици слични на оние какви што сме откриле дека доаѓаат од такви предмети. Скептичкото решение на овие сомненија Хјум го воочува во обидот да се одговори на прашањето: *Дали односот меѓу причината и последицата е нужен однос?* Поточно, дали можеме да ја согледаме вистинската врска меѓу предметите и појавите? Основниот заклучок на оваа теорија на каузалноста е дека разумот ниту сам, ниту со искуството не може да ги спознае и разбере каузалните релации воопшто, ни конкретните каузални односи. Искуството покажува само случаи на „*постојана здруженост*“ т.е. повторување на контигвитетот и сукцесијата меѓу појавите. Меѓутоа, исказот „*два предмета во минатото биле здружени во нашето искуство*“ нема иста смисла со исказот „*два предмета се каузално поврзани*“. Бидејќи кога за два предмета тврдиме дека се каузално поврзани, со тоа не мислиме само дека тие *n* – пати биле здружени во нашето искуство, туку сметаме дека тие ќе бидат секогаш здружени во иднина и дека мораат да бидат здружени во секое идно искуство¹².

Според Хјум, припишувањето каузална поврзаност на две појави причинува ние да излеземе од границите на досегашното искуство и да заклучуваме за нешто што не ни е дадено во искуството. Ние правиме скок во оној момент кога тврдиме *необходност на каузалните односи*. Но, тој скок не го прави разумот. Тој не е кадарен

9. Д. Хјум, Испитување на човековото познание, *op. cit.*, стр. 38.

10. *Ibid.*

11. *Ibid.*

12. *Ibid.*, стр. 39-40.

за *квантниот скок*, бидејќи со никакви демонстративни аргументи не може да се докаже дека случаите за кои сè уште не сме имале искуство мораат да бидат налик на оние за кои сме имале искуство или дека постојаната здруженост која ја воочуваме во минатото мора да се појави во иднината. Овој скок не го прави ниту искуството, тоа по природа е основано на претпоставката за сличноста и совпадливоста на минатото со идното. Скокот од ограничено минато искуство кон секое можно искуство, според Хјум, го прави една друга познавателна способност – *имагинацијата* која својата основа ја има во *навиката или обичајот*.¹³

ЗАКЛУЧОК

Воопштено говорејќи, Хјум тврди дека дури и да сме искусиле некоја правилност во релациите на објектите, таа правилност не можеме да ја воопштиме, бидејќи не сме сигурни дека повторно ќе ја искусиме при повторување на изведбата. Начелото или изворот преку кој ќе ја разбереме каузалноста за Хјум е обичајот или навиката. Повеќекратното повторување на истата последователност на дејствата и последиците кај нас создава навика по некое време да очекуваме дека после веќе видената причина ќе следува веќе видената последица. Меѓутоа, главната поента на Хјум е дека и покрај бесконечното повторување на овие причинско-последователни врски, ние никогаш не можеме да имаме аподиктичка сигурност дека нивниот однос е нужен. Она по што се раководиме во заклучувањето од искуството за фактите е нашата навика истото да го согледуваме како исто на ист начин во исти околности. Најдлабоката претпоставка на која почива севкупното наше заклучување за каузалноста, севкупното наше познание на константниот тек на природата или познанието за сличностите на идното со минатото не се изведени од разумот, туку од емоционалната сфера на човековата природа – *навиката*. Односите на каузалноста, во овој случај се само извесни со степен на веројатност. Неговата намера беше да покаже дека севкупното наше заклучување за причините и последиците не е изведено од ништо друго, освен од навиката, а верувањето во тој тип на релации е повеќе сензорен, отколку когнитивен акт.

БИБЛИОГРАФИЈА

1. Хјум, Д. Испитување на човековото познание, Скопје: Слово, 2001.
2. Hjum, Dejvid. Rasprava o ljudskoj prirodi. Sarajevo: "Veselin Masleša", 1983.
3. Koplston, F. Istorija filozofije. Moderna filozofija. Britanski filozofi. t.V. Beograd: BIGZ, 2001.
4. Millican Peter J.R., Hume, Induction, and Probability, The University of Leeds, Department of Philosophy, 1996.
5. Milton J. A., „Induction before Hume“ Brit. J. Phil. Sci. 38 (1987): 49-74
6. O’Hear, Anthony. Induction. An Introduction to the Philosophy of Science. Oxford: Oxford University Press, 1989.
7. Petrovic, Gajo. „Problem spoznaje u filozofji Davida Humea“, dodatak vo: Engleska empiristička filozofija. Zagreb: NZMH, 1983, 282-323.
8. Rasl, Bertrand. Ljudsko znanje, njegov obim i granice. Beograd: Nolit, 1961.
9. Vickers, John. „The Problem of Induction“. Stanford Encyclopedia of Philosophy. ed. Edward N. Zalta, <<http://plato.stanford.edu/entries/induction-problem/>>

13. Д. Хјум, Испитување на човековото познание, op. cit., стр. 41-42

Елена Владимировна Долгова

ТГУ имени Г.Р. Державина

Российская Федерация

METONYMIC MODELS OF THE FORMATION OF THE SEMANTICS OF ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS THAT CONVEY KNOWLEDGE ABOUT A HUMAN BEING

ABSTRACT: The article deals with the peculiarities of the formation of the semantics of phraseological units (hereinafter – PUs) of the English language that transmit information about a human being. The aim of the work is to give a detailed consideration of metonymic cognitive models that are consistently traced in the formation of the semantics of the studied PUs. Attention is drawn to the fact that the information already presented in the linguistic picture of the world is used to represent knowledge about a human being using PUs. It serves as the basis for secondary interpretation during the formation of the PUs semantics.

KEYWORDS: metonymy, cognitive model, phraseological unit (PU), secondary interpretation, the English language, human being.

ACKNOWLEDGEMENT: The research is financially supported by the Russian Science Foundation grant, project No. 20-18-00372 “Interpretive potential of secondary structures in the linguistic world-image.”

INTRODUCTION

Metonymy is one of the most significant cognitive mechanisms used in the construction of complex conceptual structures. It is based on the process of establishing relationships between entities that co-exist within the same conceptual structures [Taylor 1995: 123]. G. Lakoff considers metonymy as one of the varieties of idealized cognitive models, revealed in the course of the consideration of the cognitive foundations of language categorization. Metonymic models provide a transfer of the characteristics of one element of a set to the whole set, representing conceptual structures between the elements of which there are substitution relations [Lakoff 1987: 84 - 85]. All the same, it is important to point that in the process of metonymization, one concept is not just replaced by another – there is an interaction of concepts, as a result of which a new complex meaning is formed [Милькевич 2016].

G. Radden and Z. Kövecses considering metonymy as a conceptual phenomenon, designate it as a cognitive process in which one concept (vehicle) gives mental access to another concept (target) within the same idealized cognitive model (ICM). The researchers note that the metonymy-producing relationships can be subsumed under two general conceptual configurations: whole ICM and its part(s) and parts of an ICM [Kövecses, Radden 1998: 39]. Thus, in the course of metonymic interpretation between the elements of one conceptual area internal relations are established due to the presence of conceptual contiguity between them.

The given article presents an analysis of English PUs, the semantics of which is a vivid case of a figurative representation of knowledge about a human being. The study of the PUs semantics revealed that the knowledge objectified by the PUs can be con-

sidered as a result of secondary interpretation. As N. N. Boldyrev points out, the object of secondary interpretation is the collective knowledge of the world already presented in the language and the result of it is new knowledge about objects and events, including knowledge of an evaluative nature, which is directly related to the processes of secondary conceptualization and secondary categorization [Болдырев 2015].

In the course of the study, the semantics of about a thousand PUs transmitting various information about a human being was considered. It was found that the formation of the PUs semantics is produced with the help of certain cognitive models: metaphorical, metonymic, metaphonymic, as well as cognitive models of comparison (see Бабина, Долгова 2020; Бабина, Долгова 2021). The purpose of this work is to consider metonymic cognitive models that can be traced in the formation of the semantics of the PUs that transmit knowledge about a human being, so the key method used in this work is the method of cognitive modeling. As a result of the study, it was possible to identify a number of consistently traceable metonymic models of the formation of the PUs semantics. Let us consider them in more detail.

METONYMIC COGNITIVE MODELS

PART (organ/body part) – WHOLE (human being). As the study revealed, the names of the organs or body parts often serve to directly refer to the described subject. Nevertheless, special attention should be paid to other components used in the composition of PUs since they can specify a certain feature attributed to a human being.

Let us take an example: *bud head* “a person who often drinks beer. ‘I used to be a real bud head but now I prefer wine” [TFD]. As it is obvious, the PU component *head* directly names the human being and the PU component *bud* refers to the apparent preference given to beer. Thus, the used metonymic model PART (body part) - WHOLE (human being) presents the human head as the focus of preferences, while conceptually acting as a whole. If we consider the choice of the PU component *bud*, we can assume that its use is due to a reference to one of the most popular American beer brands – Budweiser, or its variety – Bud. Budweiser beer produced by Anheuser-Busch InBev since its founding in 1876, is one of the most famous in the United States and is exported to more than 70 countries around the world. At the same time, Bud beer has been among the most popular and beloved in the United States since 1982 [24/7 Wall St.].

The metonymic model under consideration can be used to understand the features of interpersonal relationships. Let us consider the following example: *a shoulder to cry on* “a person who listens sympathetically to another person’s problems during a difficult time. ‘If you need a shoulder to cry on, you know where to find me” [TFD]. In this case, the shoulder is presented as an important element of the comforting hug and comfort in general referring to the person who is ready to offer it.

PART (item of clothing) – WHOLE (human being). Analysis of the factual material demonstrates that it is not uncommon to observe examples that refer to people through the names of the clothing that they wear. Moreover, this often applies to PUs that transmit information about a professional activity, for example: *blue suits* “the police”, *brass hat* “a person with a lot of power or influence” [TFD].

Let us consider the following example in more detail: *hard hat* “a working-class individual with ultraconservative views. ‘The hard hats had given them a large number of votes” [TFD]. This PU refers back to the construction workers of the 1960s who wore

solid protective headgear. The term alludes to the rigidity and conservatism of the views of people representing this profession. It is possible to assume that this term is also inherent in some metaphorical meaning – the stability of people's views correlates with the firmness of the protective element of the working wardrobe.

PU's containing the names of wardrobe items are also able to refer to people who have certain character traits or intellectual abilities, for example: a bad hat "a bad character" [PDEI 1994: 173], *smarty pants* "someone who often tries to assert perceived superiority in intelligence" [TFD], a *bossy boots* "a person who is always telling other people what to do in a way that is annoying" [TFD].

In addition, clothing items in general, regardless of their professional or other field of application, can be endowed with gender stereotypes about a human being. This can be demonstrated using the following example: *a big girl's blouse* "a man who other men believe is behaving more typical of a woman, especially when appearing weak or not brave. 'Don't be a big girl's blouse and start doing your job'" [TFD]. As this example emphasizes, clothing is one of the indicators of a certain social role attributed to a human being. Thus, an item of women's clothing used as a reference to a male interlocutor can be offensive, since it is associated with such qualities as weakness and femininity, which are usually attributed to women.

PART (specific manifestation) – WHOLE (phenomenon). This model is used in the formation of the semantics of PU's which through a specific event and specific conditions of the action refer to a situation in which people may find themselves in completely different cases, i.e. they are able to describe situations in a general sense relying on the particular one.

Let us take an example: *to have egg on one's face* "to suffer embarrassment as a result of some public fiasco, to be humiliated. 'He was so anxious that he said the wrong names during the meeting. When he finished speaking, he had egg on his face'" [PDEI 1994: 157]. The origin of this PU is interpreted in two ways. To understand the image that defines its semantics we need to turn to the theatrical sphere, especially at the beginning of the XX century, when actors could be thrown raw eggs for an unsuccessful performance. Naturally, the eggs could get on the face. Another point of view suggests that eggs consumed in food can accidentally stain the face, and this will go unnoticed by the subject who can go to a public place looking like this [TFD]. In the framework of consideration of both theories it can be concluded that such an event is humiliating for a human being, it brings discomfort. Thus, a specific negative situation associated with food refers to the humiliation of a human being in any other situations.

The following PU refers to a victory, gaining an advantage over someone: *to get/gain the upper hand* "to achieve a decisive advantage over someone. 'Our team was more prepared that's why we gained the upper hand'" [TFD]. There is a point of view that this PU became popular due to the description of a small competition preceding the game of sandlot baseball. So, the best players of the opposing teams take turns grabbing the bat from the bottom thick end to the top, until they reach the very top. The player whose hand is on top is the first to choose a player for his/her team. After that the selection is made one by one. It is also noted that this game was used long before the appearance of sandlot baseball and goes back to the English gambling game, traced back to the XV century and having similar rules [The Phrase Finder]. Thus, when forming the semantics of this PU, the metonymic model PART (specific manifestation) – WHOLE (phenomenon) is used: the winning position of the hand in a certain game refers to the winning position of a person in various life situations.

PART (action fragment) – WHOLE (action). As the studied factual material reveals, the considered cognitive model is used in the formation of the semantics of a number of PUs that transmit information about human actions. As we can see, a specific fragment of an action performed during one of the stages of its execution refers to the entire action as a whole. For example, this model is often used to form an image of a quick departure from somewhere: *to spin on one's heels* "to leave suddenly", *to take to one's heels* "to run away or flee", *to have it on one's toes* "run away" [TFD]. In this context, it is also possible to identify examples describing the infliction of physical harm to a person: *to lay a finger on* "to hurt or harm", *to lay hands on* or *to raise/lift one's hand to* "to strike" [PDEI 1994: 94-98].

To describe the process of speaking, the following PU can be used: *to open one's mouth* "say something especially that is meant to be a secret or indiscreet. 'I'm sorry for this. I'll never open my mouth about it again'" [Lexico]. In this case, a specific articulatory action as one of the stages of speech generation refers to the process of speaking as a whole.

PART1 (effect) – PART2 (cause). This cognitive model is used when naming a conceptual consequence or result formed in the course of secondary interpretation of a situation, to refer attention to the cause. As we can see, it is the reference to the effect that serves as a measure of the entire event being interpreted, associated with a particular feature of a human being or a situation.

So, the following PU is an example describing the properties of the psyche: *to need one's head examined* "to do, say, or believe something that seems completely crazy, delusional, or stupid. 'You spent \$400 on a T-shirt? You need your *head examined*'" [TFD]. Metonymic interpretation is carried out by the following image: the commission of an extremely stupid act by a person as a cause leads to a conclusion (effect) – the performer of the action needs the help of a medical specialist. A situation in which a person behaves strangely or inadequately can be considered as a whole.

Let us look at another example: *to break one's neck* "to make great efforts. 'I've been breaking my neck trying to prepare myself for the exam, so failing it is really frustrating'" [TFD]. As we can see, serious efforts made by a human being to achieve a goal are described by reference to a possible result – getting negative consequences from excessive efforts.

PART2 (cause) – PART1 (effect). When using this cognitive model, the name of the conceptual cause serves as a way of figurative reference to the effect. Thus, the conceptual consequence is shown indirectly. This model, as it is obvious, contrasts with the one discussed earlier, but they are united by a common approach – a game with focusing the attention of the recipient of information.

Let us take an example: *to have nothing between the/one's ears* "to be rather stupid or dimwitted; to not have much common sense. 'She is nice enough, but it seems that she has nothing between her ears'" [TFD]. Thus, the reference to the absence of a brain is an indirect description of the inability to think clearly and intelligently. By virtue of the resulting image, we realize that the described person by definition cannot be considered as intelligent and thinking.

A more specific ability – to know about everything that is happening around – is represented by the following example: *to have eyes in the back of one's head* "to know what is happening around without seeing it. 'Our teacher has eyes in the back of her head – it's impossible to cheat'" [TFD]. The image in this case is based on an unusual arrangement of the visual organs from a physiological point of view, as a result of which

a human being can get an overview from all sides. The maximum view is associated with complete awareness of what is happening around, beyond the usual possibility of vision. Thus, in the course of metonymic interpretation according to the PART2 (cause) – PART1 (effect) model, the maximum ability to see, receive any information refers to the highest degree of awareness. As a whole we can suggest that there is a situation in which a human being is able to receive information even when it seems impossible.

PART1 (organ/body part) – PART2 (functional significance). In our opinion, the cognitive model PART1 (organ/body part) – PART2 (functional significance) deserves special attention. As the studied language material demonstrates, during the secondary interpretation of knowledge about a human being a certain organ or part of the body is associated with certain qualities or characteristics of a human being. Both physical and mental characteristics of people can be described. Within this model the situation in which the described characteristic of a human being manifests itself can be considered as a conceptual whole. For example, a number of PUs describes human impudence – *to have the neck/face/gall/nerve to do something*. We can pay attention to the fact that the body parts are not assigned their own functions, but those that one gives them due to the context of a specific situation that underlies the formation of the semantics of these examples.

Let us consider the following PU: *to have only one pair of hands* “to be capable of doing a limited amount of things at once. ‘The boss wants me to go over all the reports again, on top of what I’m already trying to finish; I’ve only got one pair of hands” [PDEI 1994: 93]. In this case, the name of the body part *hand* is responsible for the description of the physical ability to perform something and the components *only one pair of*, which are of a restrictive nature, specify the boundaries of this possibility – the ability to perform an action that does not exceed the capabilities of an ordinary human being.

As it has been already pointed out the considered organs and parts of the body receive in the course of secondary interpretation the functions that they are not able to perform. Probably, this trend in figurative thinking refers us to the everyday linguistic picture of the world, due to naive ideas about reality, often coming from the past. It is worth noting that when denoting a person’s quality or ability, a reference is used to the tangible and/or visible element of the reinterpreted situation, which is identified with the final function attributed to it by the speaker. This approach draws attention to the predominance of the physical over the mental, and the functional over the non-functional.

CONCLUSION

The performed research has shown that metonymic models PART (organ/body part) – WHOLE (human being), PART (item of clothing) – WHOLE (human being), PART (specific manifestation) – WHOLE (phenomenon), PART (action fragment) – WHOLE (action), as well as models PART1 (effect) – PART2 (cause) and PART2 (cause) – PART1 (effect), PART1 (organ/body part) – PART2 (functional significance) play a significant role in the formation of the semantics of the PUs of the English language, which convey knowledge about a human being.

To represent knowledge about a human being with the help of PUs, information already presented in the linguistic picture of the world is used. It serves as a figurative basis for secondary interpretation in the course of forming the semantics of PUs. In the course of constructing the figurative component of the semantics of PUs using metonymic models, we can note such trends as the association of people with some of

their organs/parts of the body that are endowed with a certain feature, the attribution of functions to a part/organ of the human body that may be completely unusual for them, the correlation of a human being with items of clothing that are part of daily life or are directly related to a profession. It was found that a specific situation that takes place within a certain event or phenomenon can be used as a reference to the situation in which people may find themselves in completely different conditions. It was also noted that one of the fragments of the action is able to refer to the entire action as a whole. Metonymic relations of a cause-effect nature can be expressed in the form of two models – the cause can replace the effect and the effect can replace the cause, which allows us to focus the attention of the recipient of information on the aspect that is more important when describing a particular event or phenomenon. Thus, PUs can act as a means of transmitting a whole palette of information that succinctly combines knowledge from different spheres of human life.

LITERATURE

1. Бабина Л.В., Долгова Е.В. Когнитивные модели сравнения при формировании семантики английских фразеологизмов с компонентом-зоонимом // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2021. – № 1. – С. 39-46.
2. Бабина Л.В., Долгова Е.В. Фразеологические единицы английского языка как результат вторичной интерпретации знаний о социальных отношениях // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2020. – № 3. – С. 15-21.
3. Болдырев Н.Н. Антропоцентрическая сущность языка в его функциях, единицах и категориях // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2015. – № 1. – С. 5-11.
4. Милькевич Е.С. К вопросу о когнитивности метонимии в современном английском языке // Практики и интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований. – Южный Федеральный университет: Ростов-на-Дону. – 2016. – №1. – С.202 – 213.
5. 24/7 Wall St. – URL: <https://247wallst.com/special-report/2018/10/09/americas-26-top-selling-beers/6/> (accessed 15.03.2021).
6. Kövecses Z., Radden G. Metonymy: Developing a Cognitive Linguistic View // Cognitive Linguistics. – 1998. – Vol. 9. – № 1. – P. 37 – 77.
7. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. – Chicago and London: University of Chicago Press, 1987. – 607 p.
8. Lexico. – URL: <https://www.lexico.com/en> (accessed 15.03.2021).
9. PDEI – Gulland D. M., Hinds-Howell D. The Penguin Dictionary of English Idioms. Second edition. – L.: Penguin Books, 1994. – 305 p.
10. Taylor J.R. Linguistic Categorization: Prototypes in Linguistic Theory. – Oxford: Oxford University Press, 1995. – 312 p.
11. TFD – The Free Dictionary by Farlex. – URL: <https://www.thefreedictionary.com/> (accessed 15.03.2021).
12. The Phrase Finder. – URL: <https://www.phrases.org.uk/> (accessed 15.03.2021).

Каролина Мицевска
 НУЦК „Марко Цепенков“ - Прилеп
 Р. Северна Македонија

РУСКАТА ДРАМАТУРГИЈА СО ТРАГИ ВО ОПСТОЈОТ НА ТЕАТАРОТ „ВОЈДАН ЧЕРНОДРИНСКИ“ ВО ПРИЛЕП

АПСТРАКТ: Современ театар не е можен без современа драматургија, но од друга страна сериозен и темелен репертоар на еден ансамбл не може да се замисли без поставување на дела од драмската класика, бидејќи таа е ризница на неисцрпното, трајното, длабокото во театарската култура, со што се создаваат вистинските вредности. Затоа за класиката се смета дека е зрелост за еден театар, но не помалку значење има и современото драмско творештво. Кога станува збор за театарот „Војдан Чернодрински“ од Прилеп, особено во почетоците од неговото формирање, главен збор има руската драмска класика. Повеќепати на сцената на овој наш реномиран театар се поставувани дела од руски автори, кои се предмет во овој труд, кои сепак оставиле видливи траги во неговото битисување и го направиле „достоеен за едно квалитетно театарско рамниште“. За жал во последните години интересот на режисерите за поставување на дела од руски автори е спласнат.

КЛУЧНИ ЗБОРОВИ: театар, ансамбл, култура, руски автори

RUSSIAN DRAMATURGY WITH TRACES IN THE SURVIVAL OF THE THEATER “VOJDAN CHERNODRINSKI” IN PRILEP

ABSTRACT: Contemporary theater is not possible without contemporary dramaturgy, but on the other hand a serious and thorough repertoire of an ensemble can not be imagined without staging works of drama classics, because it is a treasury of inexhaustible, lasting, deep in theatrical culture, which are create the true values. That is why the classics are considered to be the maturity of a theater, but no less important is the contemporary drama. When it comes to the theater “Vojdan Chernodrinski” from Prilep, especially in the beginnings of its formation, the main word is the Russian drama classics. Many times on the stage of our renowned theater are placed works by Russian authors, which are the subject of this paper, which still left visible traces in its existence and made it “worthy of a quality theatrical level.” Unfortunately, in recent years the interest of directors in directing works by Russian authors has waned.

KEYWORDS: theater, ensemble, culture, russian authors

ВОВЕД

Театарската претстава трае толку колку што живеат во нас спомените и сеќавањата за неа. Токму затоа еден театар, кој има зацртано развојна стратегија, односно трасирано пат за поставување на автори кои ќе го развиваат тој пат, автори со кој ќе се прошируваат видиците, кои нудат универзални вредности, кои откриваат нови факти, кои ги следат општествените текови, многу е важно да гради соодветна репертоарска политика. Така и во овој случај, Театарот „Војдан

Чернодрински“ од Прилеп, кој постои веќе 71 година, кој минал низ различни фази на своето постоење, трасирал свои патишта, избирајќи на сцената да постави дела од значајни автори, кои се важни за опстојот на една театарска куќа.

Иако во основа прилепскиот театар се наслонувал и се уште се наслонува на националната драма, сепак низ годините бил отворен за поставување на дела од светската драматургија или класика. Поточно како театар не оставил да не постави дела од руски автори, на руската класика, на современата руска драматургија, дела од претставници од социјалистичкиот реализам, како што се Чехов, Гогољ, Горки, Островски, Арбузов... Така театарот „Војдан Чернодрински“ ја извршил својата мисија, и низ годините реализирал дури 13 претстави по текстови од руски автори, кои оставиле трага во неговото битисување и одиграле големо значење во културата не само во Прилеп, во Македонија, туку и пошироко. Претстави кои постигнале голем успех не само кај публиката, туку и кај критиката.

ГОГОЉ НАЈЗАСТАПЕН АВТОР

Прилепскиот театар во својата досегашна историја најмногу го поставува рускиот писател и хуморист Николај В. Гогољ, еден од најталентираните и најавтентични руски автори, кој важи за „татко на руската проза“. Неговите дела се хроника, документ за едно време и на една конкретна историска епоха. Гогољ е автор кој создаде дела што се општочовечки, универзални и вонвременски. Токму и затоа велел дека „театарот не е безделничење или неважна работа ако се земе превид дека во него може наеднаш да се смести маса од пет, шест илјади луѓе или целата маса, која по ништо не е слична меѓу себе, кога ќе ја поделиме на поединците, може да се потресе со еден потрес, да заплаче со едни солзи и да се засмее со една заедничка смеа. Тој е таква катедра од која на светот може да му се кажат многу добри нешта“.¹

На сцената на Прилепскиот театар поставени се пет претстави, три пати „Женидба“ и двапати „Коцкари“.

Првата средба на ансамблот со драмата „**Женидба**“ е во 1951 година, така речиси една година по формирањето на театарот. Ја режирал Ацо Михајлоски и тоа била претстава која ги афирмирала квалитетите на прилепските актери – ентузијастички.

Втората средба со „**Женидба**“ е во сезоната 1965/66 година. Претставата ја режирал Бл. Дамески, сценографија Александар Ристески, во која играле веќе афирмираните актери, кои понудиле одлична игра и претстава која на сцената се играла дури 50 пати.

Последен пат, трет, во историјата на театарот, драмата „**Женидба**“ е поставена во сезоната 1992/93, во режија на Александар Товстоногов, руски режисер, кој завршил на Ленинградска академија за театар, филм и музика, играл како актер, а долго време бил режисер во Тбилискиот театар Грибоедов и во Московскиот театар Станиславски.

Според него Гогољ е „писател кој можам да го читам бескрајно“. Гогољ е училиште за актери и задоволство за публиката“. Неговите херои се блиски, смешни и трогателни. И секогаш тие луѓе имаат необични мечти, фантазии, големи идеи. Во таа насока „Женидба“ е смев низ солзи, пиеса за комичното и трагичното, кои се соединуваат како и се што е во нашиот живот“.² Театарскиот критичар

1. Радован, Лалиќ. 1966. Предговор во „Николај В. Гогољ, Мртве души (поема)“. Београд. Просвета. стр. XXXVIII – XXXIX

2. Женидба. Флаер. (2002). Народен театар „Војдан Чернодрински“. Прилеп.

Лилјана Мазова во освртот за претставата вели дека режисерот, кој е автор и на сценографијата и изборот на музиката „ успеал да ги избегне сите стапици на текстот во смисла на претставата да се претвори во чин на лесна забава и смеа. Успева јунаците на Гогољ да останат во реалниот свет“³

Драмата **„Коцкари“**, од Гогољ е поставувана двапати.

Првиот пат во сезоната 1975/76 во режија на Стојан Стојаноски, за која нема многу податоци, и вториот во 2002 година во режија на Бранко Ставрев, со превод од руски на Томе Арсовски. Одлична претстава, за која режисерот Бранко Ставрев во флаерот забележал „Утешителни и неговата компанија се коцкаат со честа, со совеста, со зборовите, со значењата, со сите животни вредности“...

ОСТРОВСКИ, ЧЕХОВ, ГОРКИ, АРБУЗОВ – ГОЛЕМ ПРЕДИЗВИК

А.Н. Островски како драмски писател, театарски работник, ја означил целата епоха во развојот на рускиот театар. Неговите дела со задоволство се поставувани на сцената на прилепскиот театар. Првата средба со негово дело била во 1952/53 година, на самиот почеток на работата на театарот. **„Девојка без мираз“** ја режирал Д. Наумовски. Била драма во 4 чина, три слики, за која сценографијата ја изработил Тома Владимирски, а играле истакнати македонски актери, како Нада и Димче Гешоски, Олга Наумоска.... Оваа претстава, според романтичната драма, била вистински предизвик за театарот.

Со претставата **„Без кривица криви“** во режија на Мирко Стефановски, сценографија на Петар Ангеловски, (1954/55), успехот на театарот е евидентен и е нова афирмација на креативните можности на ансамблот. Миле Попоски ќе забележи „ и со оваа претстава колективот на Прилепскиот театар покажа дека забележливо расте и докажа дека неговите убави постигања во последната сезона не се случајно дешаржирања на збирка на енергија или резултат на инцидентна инспирација, туку на сериозен и упорен труд“⁴

Во сезоната 1957/58, Мирко Стефановски ја режира **„Шума“**- најзначајното дело на Островски. Театарскиот критичар Свето Серафимов во весникот „Нова Македонија“ пишувајќи за премиерата на пиесата „Шума“ од Островски“ забележал „ беше извонредна претстава, со проблесоци на актерите во претставата, меѓу кои на Елена Тешанова (Улита) и на Кирил Жежоски (Сречников), кој според него „остварил лик со вистинска комика“⁵

Драматургијата на **Антон П.Чехов** е една од темелните вредности на современиот театар. Заради тоа и прилепскиот театар на двапати поставува дела од Чехов, кои се неповторливо уметничко театарско и естетско доживување, и биле големо искуство за ансамблот. Впрочем театарот „Војдан Чернодрински“ бил првиот подготвен театар во Македонија за да го постави Чехов на театарската сцена. Тогашниот Народен театар во Прилеп првата средба со Чехов ја имал во сезоната 1955/56 година. **„Вујчо Вања“**, ја поставува во период кој се карактеризира со зголемена креативност во театарот, повисоко ниво на уметничка вредност на претставите и истакнување на потенцијалите – режисерски, актерски, сценографски, за што свој придонес даваат осведочени театарски дејци.⁶ **„Вујче Вања“** во режија на Мирко Стефановски, како прва поставка на текстот на македонската театарска сцена и токму во театарот „Војдан Чернодрински“ за

3. Мазова, Л. 1993. „Нова Македонија“. Скопје.

4. Монографија. „Десет години Народен театар „Војдан Чернодрински“ .стр.10.

5. Исто.

6. Монографијата. „50 години театар „Војдан Чернодрински“ – Живот, сцена, игра“. (2000).стр.21

актерите претставувал голем испит, а ансамблот се покажал „достоеен за едно квалитетно рамниште“ забележала Лидија Ежова, потенцирајќи дека одделни сцени биле „големо уметничко достигнување“.⁷

Втората средба на ансамблот на Театарот „Војдан Чернодрински“ со текст од Чехов е во 2001 г. кога е поставена **„Крчма крај патот“** во адаптација и режија на Бранко Ставрев, кој посочува дека „Чехов е најголема и најубава провокација за секој театарски работник. Спаѓа во ретките драмски автори кој внесе нешто поинакво во драматургијата. Станува збор за автор кој го интересира т.н. внатрешно дејство, не она што е на површина, надворешен сјај или беда. Така секогаш работата на Чехов претставува едно големо задоволство“.⁸

Алексеј М. Горки е еден од основачите на светската книжевност. Неговите дела се капитални бидејќи ги откривал животите на луѓето оддното на општеството, но и животот на последните аристократи, животот на буржоаските семејства...

„Малограѓани“ е првиот текст на Горки поставен на сцената на прилепскиот театар. Во сезоната 1966/67 ја режирал Б. Андреев, која тогаш критичарот Благоја Иванов ја оценил како одлична театарска постановка. Втората средба била со делото **„Деца на сонцето“** која режисерот Илија Милчин ја поставил во сезоната 1982/83 г., која „несомнено постигнала голем успех и кај публиката и кај критиката“⁹ и оставила видливи траги во историјата на театарот.

Во сезоната 1962/63 г., театарот „Војдан Чернодрински“ ја поставил и „Иркутска приказна“ од генијалниот писател А. Арбузов, која за тоа време била одлична претстава.

ЗАКЛУЧОК

Под репертоар подразбираме поставување на дела кои не само што ќе го отсликуваат времето во кое се живее, туку и да се направи обид, заради едукација да се поставуваат класични дела преку кои ќе се потсетува на вредностите. Секој театар да има репертоар кој ќе наоѓа излез од проблемите, кој ќе нуди решенија од бесперспективноста, репертоар кој ќе нуди создавање на почовечки и похумани односи во човештвото.

Во таа насока прилепскиот театар секогаш се трудел низ годините да поставува значајни дела не само од современата драматургија, туку и од класиката, да потенцира општозначајни вредности, да промовира театарска култура.

Во првите години од постоењето се застапени руските автори, но за жал во последните години од постоењето ги нема на сцената на театарот „Војдан Чернодрински“ за што би требало да се погрижат и режисерите, но и Уметничкиот совет и да дадат нов импулс во поставувањето на дела од руски автори.

CONCLUSION

By repertoire we mean the placement of works that will not only reflect the time in which one lives, but also to make an attempt, for the sake of education to place classical works that will remind of the values. Every theater should have a repertoire that will find a way out of problems, that will offer solutions from hopelessness, a repertoire that will offer the creation of more human and more humane relations in humanity.

7. Монографија „10 години Народен театар Прилеп“. стр.33

8. Ристеска, С. „Разговор со повод – Проект по раст и дарба на прилепските актери – без духовни вредности човекот е ништо“. неделник „Народен глас“.2002. Прилеп.

9. Монографија „40 години театар „Војдан Чернодрински“. Прилеп. стр. 14

In that direction, the Prilep theater has always tried over the years to place important works not only from contemporary drama, but also from the classics, to emphasize general values, to promote theater culture.

In the first years of its existence, Russian authors are represented, but unfortunately in the last years of its existence they are not on the stage of the Vojdan Chernodrinski Theater, for which the directors and the Art Council should take care and give a new impetus to the staging of works by Russian authors.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Архива. Театар „Војдан Чернодрински - НУЦК „Марко Цепенков“ - Прилеп. Прилеп.
2. Ивановски, И. (2000). „50 години театар „Војдан Чернодрински – Живот, сцена, игра“.стр.21. Прилеп.
3. Монографија. (1960). „Десет години Народен театар „Војдан Чернодрински“. стр.10. Театар „Војдан Чернодрински“. Прилеп
4. Монографија. (1990). „40 години театар „Војдан Чернодрински“ стр. 14. Театар „Војдан Чернодрински“. Прилеп
5. Мазова, Л. (1993). „Нова Македонија“.Скопје.
6. Радован, Лалиќ. (1966). Предговор во „Николај В. Гогољ, Мртве душе (поема). Београд. Просвета.
7. Ристеска, С. (2002). „Разговор со повод – Проект по раст и дарба на прилепските актери – без духовни вредности човекот е ништо“. „Народен глас“. Прилеп.
8. Флаер. „Женидба“. (2002). Народен театар „Војдан Чернодрински“. Прилеп.

Анастасия Самарина

ТГУ имени Г.Р. Державина

Российская Федерация

АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКИЙ ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ В РАМКАХ КОНЦЕПТУАЛЬНО-ТЕМАТИЧЕСКОЙ ОБЛАСТИ «ЧЕЛОВЕК» (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

АННОТАЦИЯ: В данной научной статье анализируется концептуально-тематическая область «ЧЕЛОВЕК» на материале русских и английских рекламных слоганов. Ее новизна заключается в том, что построение рекламных слоганов рассматривается с позиции антропоцентризма. Он может реализовываться посредством персонификации, одного из типов концептуальных метафор, что также способствует активизации интерпретирующего потенциала вышеуказанной когнитивной области в рекламе. В результате научного исследования было выявлено, что антропоцентрический принцип играет ведущую роль в создании рекламных слоганов на русском и английском языках, а его действие проявляется в рамках концептуально-тематической области «ЧЕЛОВЕК» посредством работы частного когнитивного механизма «персонификации» и выявленных аналоговых признаков.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: рекламный слоган, концептуально-тематическая область, антропоцентрический принцип, когнитивный механизм, персонификация, интерпретирующий потенциал, интерпретирующий признак, формат знания

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 20-18-00372)

THE ANTHROPOCENTRIC PRINCIPLE OF BUILDING ADVERTISING SLOGANS WITHIN THE CONCEPTUAL DOMAIN "HUMAN" (BASED ON RUSSIAN AND ENGLISH)

ABSTRACT: This scientific article analyzes conceptual domain "HUMAN" based on the Russian and English advertising slogans. Its novelty lies in the fact that the construction of them is considered from the perspective of anthropocentrism. It can be realized through personification, i.e. conceptual metaphor which contributes to the activation of the interpretive potential of the cognitive domain in advertising. As a result, it is found that the anthropocentric principle plays a leading role in the creation of the Russian, English advertising and its effect is manifested within the framework of conceptual domain "HUMAN" through the cognitive mechanism of "personification" and analog features.

KEYWORDS: advertising slogan, conceptual domain, anthropocentric principle, cognitive mechanism, personification, interpretive potential, interpretive feature, format of knowledge

The research is financially supported by the Russian Science Foundation (project No. 20-18-00372)

Реклама – двигатель торговли. Без нее трудно представить современный мир. Она окружает нас повсюду: на улице, на телевидении, на радио, в интернете, в журналах, в газетах и т.д. Антропоцентризм рекламы проявляется в том, что она, прежде всего, направлена на человека, т.е. потенциального потребителя. Ее задача – как можно эффективнее повлиять на реципиента с целью реализации сбыта товара/услуги, а также на получение финансовой прибыли в результате осуществления данного процесса. Именно поэтому, для более эффективного восприятия рекламного слогана, копирайтеры обращаются к таким информационным моделям рекламного воздействия:

- » AIDA (ВНИМАНИЕ – ИНТЕРЕС – ЖЕЛАНИЕ – ДЕЙСТВИЕ);
- » AIDMA (ВНИМАНИЕ – ИНТЕРЕС – ЖЕЛАНИЕ – МОТИВАЦИЯ –ДЕЙСТВИЕ);
- » ACCA (ВНИМАНИЕ – ВОСПРИЯТИЕ – УБЕЖДЕНИЕ – ДЕЙСТВИЕ);
- » DIBABA (ЖЕЛАНИЕ – ИДЕНТИФИКАЦИЯ НУЖД – ПОДТАЛКИ-ВАНИЕ – УЧЕТ РЕАКЦИИ – ПОКУПКА ТОВАРА – АТМОСФЕРА);
- » DAGMAR (ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ЦЕЛЕЙ – ИЗМЕРЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ) и др. [<https://spravochnick.ru>].

Вышеуказанные модели представляют собой некие носители психологии поведения потенциальных потребителей. Воздействия рекламы предполагает побуждение у человека желания приобрести тот или иной товар/услугу. Посредством данных моделей копирайтеры задействуют базовые уровни психологического воздействия (когнитивный, аффективный, суггестивный, конативный), что способствует более эффективному ее восприятию. В английском языке рекламный слоган определяется следующим образом: **advertising slogans** are short phrases used in advertising campaigns to generate publicity and unify a company's marketing strategy [<https://en.wikipedia.org>]. Его основная задача – привлечь как можно больше внимания к продаваемому товару/услуге.

Что же касается лингвистических исследований, то интерес к антропоцентрической сущности языка проявлялся в работах немецкого филолога В. фон Гумбольдта [Гумбольдт 1985, 2000]. Проблема человека всегда интересовала его, что способствовало развитию философской антропологии. По его мнению, о каком бы предмете не шла речь, его всегда нужно соотносить с человеком. Для В. фон Гумбольдта человек – это часть природы, он свободен, когда ничто не сковывает его природной силы. Народ – такой же организм, как человеческий индивид [Гумбольдт 1985: 10,11,20]. Язык – дух народа, который формируется только в рамках сообщества людей. Развиваясь по законам духа, язык у В. фон Гумбольдта является своеобразным «промежуточным звеном», находящийся между народом и окружающей его действительностью, определяя собой особенности его мировоззрения, психический склад, философию и т.д. Также он подчеркивал, что язык сыграл решающую роль в становлении человека как биологического вида и мыслящего социального существа [<https://elib.bsru.by>]. Кроме того, называя язык «интеллектуальным инстинктом», В. фон Гумбольдт подчеркивал его уникальность как антропологического феномена и обращал внимание людей на неосознанную форму существования языка, на его интеллектуальную активность, «закрывающаяся» в фундаментальном «акте превращения мира в мысли». Это означает, что «с необходимостью возникая из человека», язык «не лежит в виде мертвой массы в потемках души, а в качестве закона обуславливает функции мыслительной силы человека» [Гумбольдт 2000: 8].

Антропоцентризм также связан и с когнитивными исследованиями языка. Согласно Н.Н. Болдыреву, человек не отражает мир, объекты, события, как они есть, а конструирует окружающий мир в своем сознании, устанавливая разные типы логических отношений. Любая языковая деятельность человека связана с интерпретацией. **Языковая интерпретация** – это проекция мира или знание о мире, погруженное в коллективно-языковое или индивидуально-языковое сознание человека [Болдырев 2015:5-6]. **Антропоцентрическая сущность языка** проявляется в качестве ведущей роли человека в познавательных процессах, опосредованных языком, а также в представлении их результатов в языковой форме. Язык выполняет три функции: когнитивную, коммуникативную, интерпретирующую. Языковая интерпретация может проявляться в трех основных ее типах, которые осуществляют ее вышеперечисленные функции: селекция, классификация, оценка. **Функция селекции** проявляется в языковых обозначениях соответствующих концептов. **Классифицирующая функция** связана с классификацией объектов и формированием абстрактных понятий и имен для создаваемых классификаций. **Функция оценки** обеспечивает особый, характерный только для человека, стиль языковой интерпретации, т.е. оценочную интерпретацию [Там же: 6-7]. Реализация антропоцентрической природы языка также проявляется в его интерпретирующей функции, которая представлена в виде **языковой картины мира**. **Языковая картина мира** - это определенная интерпретация мира, интерпретация знаний о нем в сознании человека [Болдырев 2015:8]. Учитывая специфику языка, Н.Н. Болдырев выделяет два типа интерпретации: **первичную интерпретацию** на когнитивном, языковом уровнях и **вторичную интерпретацию** знаний о мире в языке [также см. Болдырев 2014]. Первичная интерпретация представлена в концептуально-тематических областях. Аналогия в их организации из разных предметных сфер создает основу для развития у языковых единиц вторичных значений [Болдырев 2014:121].

Антропоцентризм как основное свойство языка также рассматривается в работах И.Ю. Безукладовой [см. Безукладова 2016]. По ее мнению, язык не копирует реальность, а антропоцентрично отражает процесс познания и освоения человеком окружающей действительности. Антропоцентричность языка проявляется в том, что характер интерпретации зависит от системных и функциональных значений языковых единиц. Согласно Н.Н. Болдыреву, на системном уровне интерпретирующий потенциал связан с первичной интерпретацией, а на функциональном уровне он проявляется во вторичной интерпретации, где осмысление лексических единиц происходит в контексте модусных категорий, в данном случае в контексте категории «экспрессивность», в интерпретирующем, оценочном контексте [Болдырев 2014:121].

Категория экспрессивности является одной из основных модусных категорий рекламного текста, поскольку от нее во многом зависит то, в какой мере реализуется коммуникативная, эстетическая и прагматическая функции рекламы. Под ней понимается такое свойство текста или его части, которое передает внутреннее состояние говорящего, и обладает в процессе своего развития эмоциональным или логическим усилением, которое может быть, а может и не быть образным [Арнольд 1975: 15]. Формированию экспрессивности способствуют не только языковые средства, но и когнитивные механизмы (например, профилирование, персонификация и др.), позволяющие в процессах вторичной интерпретации выходить за рамки языкового значения той или иной лексической единицы.

Прежде, чем перейти к определению общего и частных когнитивных механизмов, сначала остановимся подробнее на анализе концептуально-тематической области «ЧЕЛОВЕК».

Концептуально-тематические области выступают в качестве коллективных или индивидуальных когнитивных схем, обеспечивают вторичное осмысление языковых единиц в процессах интерпретации, отражая различные сферы опыта человека. В рамках когнитивной лингвистики они также рассматриваются как структуры знаний, лежащие в основе формирования и интерпретации языковых значений [Болдырев 2014:119]. В рекламе такие структуры стоят за конкретными лексическими единицами той или иной концептуально-тематической области, которые несут определенную смысл и создают соответствующий эффект на реципиентов. Когда одна концептуально-тематическая область накладывается на другую, между ними устанавливаются межконцептуальные связи, что способствует вторичной интерпретации лексических единиц одной концептуально-тематической области в процессе их вторичного осмысления в контексте другой области.

Концептуально - тематическая область «ЧЕЛОВЕК» играет важную роль в кол-лективной когниции социума. В ее основе лежит концепт «человек». Согласно словарной дефиниции, «человек» – живое существо, обладающее даром мышления и ре-чи, способностью создавать орудия и пользоваться ими в процессе общественного труда [<https://slovarozhegova.ru>]. “Human” is a member of any of the races of Homo sapiens [<https://www.collinsdictionary.com>]. Кроме того, он обладает двойственной при-родой, т.е. может характеризоваться как биологическое существо, так и социальное. Анализ словарных дефиниций позволяет выявить **основные характеристики** данного концепта: представитель рода Homo вида Sapiens, обладает высокоразвитым мозгом, способностью к членораздельной речи и абстрактному мышлению, вступает в социальные отношения с другими представителями собственного вида, модели поведения объективируются культурой [см. Феденко 2015]. Среди них можно также отметить социальность, нравственность, трансцендентность, неповторимость, темпераментность и т.д. К числу категорий вышеуказанной области, обнаруживающих интерпретирующий потенциал, относятся: профессия, пол, возраст, родство, национальная или этническая принадлежность, семейный и социальный статусы, физические параметры и ощущения, части тела и т.д. Интерпретирующий потенциал данных категорий обеспечивается за счет таких признаков форматов знания: **формат перцепции, формат наблюдения, формат экспериенциальных эффектов, формат функции, формат операционального опыта, ассоциативный формат.** Формат перцепции представлен признаками объектов, доступными человеку за счет каналов чувственного восприятия (зрительного, слухового и т.д.). Формат наблюдения включает знание об объектах, вытекающее из опыта наблюдения за ними во временном развертывании или в контексте их включенности в конкретную ситуацию. Формат экспериенциальных эффектов отражает разного рода воздействия на человека и окружающую его среду со стороны конкретных объектов. Формат функции включает признаки объектов, свидетельствующие об их утилитарном назначении. Формат операционального опыта связан со знанием о возможных действиях и манипуляциях с объектами. Формат ассоциативного знания задается социумом и является результатом анализа включенности объекта категории в разные жизненные контексты [см. Панасенко 2014].

В рекламе формирование интерпретирующей смысловой структуры основано на действии общего когнитивного механизма «**профилирования**» доминант интерпретации, целевых объектов интерпретации, в качестве которых выступают характеристики рекламируемого товара [Панасенко, Самарина 2021:40]. Р. Лэнекер отмечает, что механизм профилирования может рассматриваться как один из типов выделенности, реализующий конкретные языковые цели [Langacker 2006: 18]. Профиль – это фокус базы, т.е. в данном случае концептуальное содержание рекламируемого объекта.

Интенсификация выделенных доминант также обеспечивается действием таких частных когнитивных механизмов как: метафора, основанная на персонификации. Под **персонификационной метафорой** Дж. Лакофф и М. Джонсон понимают тот случай, когда материальный объект интерпретируется как человек [Лакофф, Джонсон 2004:59-60]. Это позволяет осмыслить опыт взаимодействия с неживыми сущностями в терминах человеческих мотиваций, характеристик, их деятельности путем выявления в нечеловеческом свойств, черт, свойственных человеку.

Рассмотрим на примере русских и английских рекламных слоганов, как интерпретирующий потенциал концептуально-тематической области «ЧЕЛОВЕК» активизируется за счет интерпретирующих признаков форматов знания, работы такого частного когнитивного механизма, как персонификация, а также выясним, какие структуры знания содержат в себе соответствующие лексические единицы выше-указанного когнитивного контекста.

В примерах 1-8 интерпретирующей базой служит концептуально-тематическая область «ЧЕЛОВЕК», процесс интерпретации предполагает установление межконцептуальной связи с концептуально-тематической областью «АРТЕФАКТЫ», что позволяет осмыслить соответствующие лексические единицы в их вторичном значении. Интерпретирующие смысловые структуры формируются за счет активизации признаков того или иного формата знания, а также при помощи персонификационной метафоры на основании сравнения автомобиля с человеком путем приписывания ему его характеристик.

1. Rover 75. Рожденный **аристократом** [textart.ru - реклама автомобиля].
2. Ford. **Надежен**. Создан для жизни [textart.ru - реклама автомобиля].
3. Audi. Он **атлетичен и быстр**. И город провожает его миллионными взглядами [textart.ru - реклама автомобиля].
4. Honda Accord. **Яркая личность** [textart.ru - реклама автомобиля].

Так, в примере 1, интерпретирующим признаком выступает признак *ассоциативного формата* «социальный класс. **Аристократ** – представитель аристократии; человек, принадлежащий к высшему слою родовой знати, тот, кто отличается аристократизмом [https://ru.wiktionary.org]. Автомобиль ассоциируется с аристократом, так как для него характерны следующие признаки: утонченность, благородство, изысканность и др., такая ассоциация обеспечивается *персонификационной метафорой*. В примере 2 интерпретирующим признаком выступает «*качественно характера*» – признак *формата экспериментальных эффектов*. **Надежный** – такой, на которого можно положиться, внушающий полное доверие [https://ru.wiktionary.org]. Автомобиль вышеуказанного бренда сопоставляют с надежным и верным партнером, который не подведет ни в одной жизненной ситуации. В пример 3 в качестве интерпретирующего признака

выступает признак *формата наблюдения* «*физические характеристики*. **Атлетичный** - свойственный атлету, характерный для него [<https://ru.wiktionary.org>]. Автомобилю приписывают вышеуказанные характеристики с целью продемонстрировать его преимущества на фоне других конкурентов. В примере 4 интерпретирующим признаком выступает признак «*социальный субъект*» – признак *формата наблюдения*. **Личность** – человек, индивидуум как субъект социальных отношений и сознательной, созидательной деятельности; совокупность свойств, присущих определенному человеку и составляющих его индивидуальность; отдельное человеческое «Я» [<https://ru.wiktionary.org>]. Автомобиль ассоциируют с яркой личностью, чтобы привлечь внимание потенциальных покупателей к объекту рекламы и заинтересовать их не только его внешними характеристиками, но и внутренними.

1. *Jaguar. **Born to perform*** [textart.ru - реклама автомобиля].
2. *Ria. The car that **cares*** [textart.ru - реклама автомобиля].
3. *Aston Martin. **Power. Beauty & Soul*** [textart.ru - реклама автомобиля].
4. *Volvo S40 Phase II cars. Designed to **save lives*** [textart.ru - реклама автомобиля].

В примере 5 интерпретирующим признаком выступает признак *формата наблюдения* «*действие*». **To born** – brought forth by or as if by birth, **to perform** – to give a performance [<https://www.merriam-webster.com>]. **Персонализационная метафора** отражается в том, что автомобилю приписывают действия, характерные человеку. Так, копирайтер старается приблизить его к потенциальным потребителям на основании общих характеристик. В примере 6 интерпретирующим признаком также выступает «*действие*» – признак *формата наблюдения*. **To care** – to give care, to feel interest or concern, trouble or anxiety etc. [<https://www.merriam-webster.com>]. Вышеуказанный автомобиль ассоциируется с заботой человека, что говорит о том, что он надежен и безопасен, приобретая данную марку автомобиля, клиент будет под сильнейшей защитой. В примере 7 в качестве интерпретирующего признака выступает признак *формата наблюдения* «*свойство*». **Power** - possession of control, authority, or influence over others, **beauty** - the quality or aggregate of qualities in a person or thing that gives pleasure to the senses or pleasurably exalts the mind or spirit, **soul** - the spiritual principle embodied in human beings, all rational and spiritual beings, or the universe [<https://www.merriam-webster.com>]. Вышеуказанные ЛЕ указывают на то, что рекламируемый автомобиль обладает мощью, красотой, а также «душой», что символизирует ее внутренние параметры. Это позволяет выделить автомобиль, отражая его преимущества, среди его конкурентов. В примере 8 интерпретирующим признаком выступает «*род деятель-ности*» – признак *формата функции*. **To save** - to rescue or deliver from danger or harm [<https://www.merriam-webster.com>]. В данном рекламном слогане проводится скрытое сопоставление с такими профессиями, как врач, полицейский, пожарный и т.д. Это говорит о том, что вышеуказанный автомобиль безопасен, а покупатели могут не беспокоиться за свою жизнь, управляя таким автомобилем, чья цель – сохранить жизнь пассажиров и водителя.

Таким образом, интерпретирующий потенциал концептуально-тематической области «ЧЕЛОВЕК» представлен разными признаками форматов знания. Его реализация в рамках вышеуказанной когнитивной области на материале русских и английских рекламных слоганов автомобильных марок

осуществляется за счет признаков таких форматов знания, как: формат наблюдения, формат экспериенциального опыта, формат ассоциативного знания; а в англоязычных рекламных слоганах – формат наблюдения и формат функции. Все они направлены на активизацию интерпретирующих признаков соответствующих доминант концептуально - тематической области «ЧЕЛОВЕК». Интерпретирующий потенциал вышеупомянутой области обеспечивается действием такого частного когнитивного механизма, как персонификационная метафора, что усиливает экспрессивную функцию рекламного сообщения как на русском, так и на английском языках, а также делают рекламируемый товар ближе к потенциальным покупателям на основании их общих характеристик.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд И.В. Интерпретация художественного текста: типы выдвижения и проблема экспрессивности // Экспрессивные средства английского языка. Сб. научных трудов ЛГПИ им. А.И. Герцена. – Л., 1975. – С.11-20.
2. Болдырев Н.Н. Антропоцентрическая сущность языка в его функциях, единицах и категориях // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015а. № 1. С. 5-12.
3. Болдырев Н.Н. Роль когнитивного контекста в интерпретации мира и знаний о мире // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 6 (335). С. 118-122.
4. Безукладова И.Ю. Эгоцентрические модели категоризации пространства в немецком языке: дис. ... д-ра филол. наук. Тамбов. 2016.
5. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. М.: Прогресс, 1985.
6. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 2000.
7. Панасенко Л.А. Интерпретирующий потенциал лексических категорий: дис. ... д-ра. филол. наук. Тамбов, 2014.
8. Панасенко Л.А., Самарина А.Г. Концептуально-тематическая область как средство модусного форматирования рекламного слогана // Вопросы когнитивной лингвистики. 2021. № 2. С. 37-45.
9. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004.
10. Лэнекер Рональд В. Концептуальная семантика и символическая грамматика // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. № 3 (8). С. 15-27.
11. Феденко А.Ю. Двухкомпонентные сложные существительные как модели репрезентации знаний о человеке и артефактах в современном английском языке: дис. ... к-та. филол. наук. Тамбов. 2015.
12. URL: <https://spravochnick.ru> (дата обращения: 11.03.2021).
13. URL: <https://en.wikipedia.org> (дата обращения: 11.03.2021).
14. URL: <https://elib.bspu.by> (дата обращения: 12.03.2021).
15. URL: <https://slovarozhegova.ru> (дата обращения: 13.03.2021).
16. URL: <https://www.collinsdictionary.com> (дата обращения: 13.03.2021).
17. URL: <https://textart.ru> (дата обращения: 14.03.2021).
18. URL: <https://ru.wiktionary.org> (дата обращения: 15.03.2021).
19. URL: <https://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 16.03.2021).

Наталья Ершова

ТГУ имени Г.Р. Державина
Российская Федерация

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ВЕДУЩИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ XX-XXI ВЕКА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

АННОТАЦИЯ: Актуальность положений, отраженных в статье обусловлена интересом современной лингвистической науки к изучению гендерного аспекта коммуникативного поведения ведущих политических деятелей XX-XXI века. В статье рассматривается гендер, его влияние, проникновение в различные сферы деятельности человека, в том числе в политический дискурс. В статье описаны факторы, влияющие на формирование гендерного поведения ведущих политических деятелей XX-XXI века, определены лексические и стилистические средства, характерные для политического дискурса с учетом гендера. Научная новизна работы заключается в том, что для исследования были выбраны образцы речи политиков, которые представляют разные страны и культуры.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: гендер, политический дискурс, стереотип, СМИ

GENDER ASPECT OF THE COMMUNICATIVE BEHAVIOR OF LEADING POLITICAL FIGURES OF THE XX-XXI CENTURY (BASED ON THE MATERIAL OF GERMAN LANGUAGE)

ABSTRACT: The relevance of the provisions reflected in the article is due to the interest of modern linguistic science in the study of the gender aspect of the communicative behavior of leading political figures of the XX-XXI century. The article examines gender, its influence, and its penetration into various spheres of human activity, including political discourse. The article describes the factors that influence the formation of gender behavior of leading political figures of the XX-XXI century, defines the lexical and stylistic means that are characteristic of political discourse taking into account gender. The scientific novelty of the work lies in the fact that the samples of speech of politicians who represent different countries and cultures were selected for the study.

KEYWORDS: gender, political discourse, stereotype, mass media

Анализируя такое многоаспектное явление как гендер, его влияние, проникновение в различные сферы деятельности человека, в фокус внимания исследователей попадает поведение, которое соотносится с окружающей средой индивида, определенной половой принадлежностью и т.д. В этой связи следует говорить о поведении, под которым понимают обычно внешне проявляемое поведение, то есть действия, которые могут быть замечены наблюдателем (крупные движения, типа ходьбы; мелкие движения, типа мимики, дыхания, движения глаз; речь (от крика до проговаривания про себя, которое отображается

на микродвижениях губ и языка); физиологические реакции — расширение зрачков, изменение пульса, и т. д.

В мыслительном поведении можно предполагать привычки восприятия (то, как человек обычно воспринимает окружающий мир и происходящие в нём события, на что он обращает внимание, а чего не замечает), эмоциональные привычки (то, как человек привык оценивать происходящее) и волевые привычки (то, как человек привык обдумывать и принимать мысленные решения). Мыслительное поведение — всегда предполагаемое; мы не можем знать наверняка, что оно есть, оно не может быть замечено напрямую. Мы предполагаем, что оно есть, так как мы замечаем изменения во внешнем поведении, которые не можем связать с окружающими условиями, и потому предполагаем причины внутри человека. То есть внутреннее поведение проявляется только опосредованно, через внешнее поведение, и влиять на него извне можно только через внешнее поведение. Всегда существует возможность неправильно истолковать внутреннее поведение по проявлениям внешнего поведения [1].

Итак, поведение человека может быть сознательным или неосознанным, добровольным или вынужденным, а также нормальным или девиантным. С учетом экстралингвистических факторов в некоторых ситуациях общения они преобладают, т.к. поведение человека управляется совокупностью внутренних (эндокринной системой, нервной системой, строением тела и т. д.) и внешних факторов (влияния окружающей среды) [2]. Поведение представителей женского и мужского полов имеют определенные особенности, которые несомненно проявляются в их коммуникативном поведении.

Очевиден тот факт, что ценности и представления, касающиеся роли женщины и мужчины в обществе, и связанные с ними гендерные стереотипы и социальные установки регулируются на глубинном ментальном уровне общественного сознания. Этот уровень, наиболее стабильный, уходит корнями в далекое прошлое, передается из поколения в поколение. Он формируется в ходе долгой истории развития общества и имеет самые различные аспекты: исторический, социальный, экономический, культурный, религиозный, политический.

Среди факторов, влияющих на формирование гендерного поведения и стереотипов, наиболее существенными оказываются язык, игры, школа, религия, СМИ. Так, американский социолог Л. Холлингворс подробно исследует механизмы формирования стереотипа матери через средства массовой информации (апеллирующие к патриотизму женщин в связи с сокращением роста населения), государственную политику (в свое время немецкий кайзер пообещал стать крестным отцом всем седьмым, восьмым и девятым сыновьям в семье), законодательство (мужчина имел право разводиться с бездетной женщиной), образование (девочки воспитываются как будущие жены и матери), церковь (католики, например, не разрешают использовать противозачаточные средства; в иудейско-христианской традиции наличие детей рассматривается как моральный долг, а бесплодие как кара). В обществе создавались различные мифы, связанные с деторождением: «необходимо рано рожать детей, ибо это полезно для здоровья», «каждый рожденный ребенок продлевает жизнь женщины» и т.д. [3].

Для настоящего исследования интересным представляется изучение влияния гендера в политическом дискурсе, поэтому целесообразно найти ответ на вопрос: Что же подразумевается под понятием «политический дискурс»?

По мнениу ученых, дискурс представляет собой семиотическое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание данной коммуникативной сферы, а также словарь прецедентных высказываний и текстов.

В потенциальное измерение дискурса включаются также представления о типичных моделях речевого поведения и набор речевых действий и жанров, специфических для данного типа коммуникации.

Применительно к семиотическому пространству политического дискурса можно говорить о неоднородности задействованных в нем «языков»: помимо вербальных знаков и паралингвистики, существенное значение имеет политическая символика и эмблематика, семиотика пространства (знаковое использование пространства).

В политическом дискурсе знаковый статус приобретает сама фигура политика и определенные поведенческие моменты (знаковые действия). Политический дискурс по существу является выражением всего комплекса взаимоотношений между человеком и обществом, и, таким образом, это явление по сути своей функционально направлено на формирование у реципиентов некоторого фрагмента мировосприятия или картины мира. Используя политический дискурс, можно понять, как в разных языковых коллективах моделируются культурные ценности, как пропагандируется социальный порядок, какие элементы языковой картины мира остаются за пределами сознательных речевых стратегий говорящих, как формируется концептуальная картина мира, присущая каждому языковому коллективу [4].

В политическом тексте содержится как экстралингвистическая информация (картина мира), так и знаковая информация (картина мира, представленная через знак, номинацию). [5]. Политический дискурс обладает не только смыслом (соотнесен с реальностью), но и сущностной «привязкой» (соотнесен субъектно с определенной группой или группами людей). Различные субъекты общения по-разному отражаются в дискурсе: коммуникативные формы порождают свое содержание. [6].

Анализ сущностной информации политического дискурса есть анализ коммуникативно-номинативный: кто общается и как общается. Здесь можно говорить о том, что политический дискурс представлен в лицах. Лицо сливается с текстом, но одновременно само является текстом. Это «наслоение» или смешение содержаний порождает новое содержание. В итоге автор приходит к тому, что один и тот же текст, произносимый разными лицами, «распадается» на разные тексты: они иначе декодируются аудиторией, иначе структурируются, классифицируются, ранжируются. Они дают иную картину социального взаимодействия.

По мнению И.Ф. Ухвановой-Шмыговой, исследования политического дискурса могут внести значимый вклад как в изучение дискурса в целом, так и в исследования политического дискурса, в частности. Необходимо выявить те признаки, которые характерны для политической дискурса на данном этапе развития социума, а также определить исторические и национально-специфические черты политической дискурса, преобладание/непреобладание тех или иных стилей, типов, форм общения, композиционных решений.

В академическом и эпистемологическом контекстах анализ политического дискурса (политический дискурс-анализ) не является «строго оформленной» дисциплиной и скорее функционирует как междисциплинарное методологическое

направление, интегрирующее теории и практики анализа политических текстов (дискурсная прагматика, когнитивный дискурс-анализ, конверсационный анализ, критический дискурс-анализ и т.д.). Следует отметить, что в политическом дискурсе часто используются лексические и стилистические средства, что может быть объяснено их большим аргументативным потенциалом, большой образностью, что немаловажно, если учитывать, что эти тексты предназначены для публичных выступлений и призваны сразу овладеть вниманием слушателя, воздействовать на его чувства и эмоции.

Для эффективного воздействия на аудиторию политические деятели прибегают к различным средствам аргументации. Среди таковых можно выделить лексические (местоимения, ключевые слова, метафоры, сравнения, образные высказывания), стилистические (стратегии и тактики аргументации и убеждения), композиционные (речи имеют введение, основную часть и заключение).

Таким образом политический дискурс составляет значительную часть нашего общения и обладает высокой степенью аргументации для отстаивания точки зрения, оправдания или опровержения мнения либо для получения одобрения от аудитории, влияние гендера в этой связи, представляет особую значимость.

На наш взгляд, наиболее интересным для практического анализа представляется материал, который включает в себя реплики обращений ведущих политических деятелей XX-XXI (Ангела Меркель, Гельмут Коль, Юлия Тимошенко и Владимир Путин). Поскольку рамки статьи не дают возможность продемонстрировать весь материал, выбор анализируемых речевых образцов был сужен.

На основе проведенного исследования и анализируя особенности выбора лексики в мужских языковых картинах мира, можно выделить проявление мужского поведенческого стереотипа:

- » глаголы активного залога свидетельствуют об активной жизненной позиции;
- » вводные слова со значением констатации – об уверенности в себе;
- » абстрактные существительные, термины,
- » армейская и официальная лексика – о склонности к политической, военной и научной тематике.

При анализе речевых образцов Владимира Путина (В.П.) и Гельмута Коля (Г.К.) были зафиксированы следующие особенности:

- » частое употребление глаголов в первом лице. Например: В.П.: «*мною принято решение...*», «*в целом я считаю...*», «*я полагаю...*», «*я решил...*», «*я утвердил...*».

Г.К.: «*ich weiß...*», «*ich möchte...*», «*ich freue mich...*» («*я знаю...*», «*я хотел бы...*», «*я рад...*»). (Здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Н. Е.).

Использование простых распространенных предложений свидетельствует о том, на сколько речь представителей мужского пола лаконична. Причем удивительным представляется тот факт, что представители разных стран, в своих обращениях употребляют идентичные конструкции, которые указывают на то, что в спонтанной речи мужчины-политики не соблюдают правила варьирования временных форм, соотношения стилей, что указывает на их безэмоциональность.

В.П.: «Своевременное формирование Правительства позволит избежать неопределенности в структурах федеральной исполнительной власти». «Данное решение не связано с оценкой итогов деятельности прежнего состава Правительства».

Г.К.: «Bau des Hauses, Schritt für Schritt». «Euro ist ein großer Erfolg.», «Nicht alle Wünsche konnten erfüllt werden» («строительство дома (государства)», «шаг за шагом», «Евро -большой успех», «не все желания могли быть выполнены»). Так, стилистическое оформление речи мужчин-политиков подтверждает тот факт, что политики-мужчины стараются не облекать свои размышления в массивные конструкции, типа («Tatsache? Dass Europäischen Parlament europäische Parteien herausbilden, die Träger der politischen Willensbildung in Europa sind...») («Факт? Что Европарламент формирует европейские партии, которые являются носителями политической воли в Европе»). Используя сокращение конструкций достигается экономичность речи.

Что касается вербальной репрезентации, то посредством выделения полных слов, мужчины-политики делают акцент на наиболее важную информацию, которую должны воспринять. Поэтому остальная организация речи по правилам грамматики современного немецкого языка, не является для них значимой.

Что касается отечественных мужчин-политиков, в частности, Владимира Путина, следует отметить частое употребление ссылок на различные информационные источники («в соответствии со статьей...», «Ввиду достигнутых договоренностях с ...»).

Для организации речи женщин-политиков характерна противоположность в выборе средств для оформления речи. Женщины стремятся не только донести информацию до собеседника, но и построить свою речь таким образом, чтобы она была красива и разнообразна. Для женщины более важно передать не сами факты, а свое отношение к ним.

Как и в мужских языковых картинах мира, типичные дифференциальные признаки женских языковых картин мира также являются проявлением женского поведенческого стереотипа: слова и словосочетания, выражающие неуверенность, и вводные слова свидетельствуют о неуверенности в себе; простые и сложносочиненные предложения – об отсутствии в речи логичности и доказательности; подлежащие и дополнения, выраженные местоимениями, конкретные существительные, обстоятельства, определения – о склонности к обсуждению конкретных людей и событий повседневности; метафоры, сравнения, сложные прилагательные и клише и выражения книжной лексики – о стремлении к образности и художественности; и, наконец, устаревшие слова и обороты, эпитеты, двойное отрицание, конструкции «наречие+наречие» - о повышенной эмоциональности.

Анализируя выступления Юлии Тимошенко (Ю.Т.) и Ангелы Меркель (А.М.), удалось выявить следующие отличительные черты:

- наличие объемных сложных предложений.

Ю.Т.: «И прекрасно, действительно, создан документ, который четко без увиливания говорит о той стратегии, которую во время президентских выборов избрала страна, избрало общество». «Не по тарифам, не по социальному уровню распределится общество, а распределиться по главному индикатору: кто за независимость Украины, а кто за кое-что другое».

А.М.: «Zuerst und vor allem für die Sicherheit und Existenz Israels, dann für die gesamte Region und schließlich – weit darüber hinaus – für alle in Europa und der Welt, denen die Werte der Freiheit, Demokratie und Menschenwürde etwas bedeuten» («Сначала и прежде всего для безопасности и существования Израиля, затем для всего региона и, наконец, - далеко за его пределами – для всех в Европе и мире, для которых ценности свободы, демократии и люди будут что-то значить»).

Частое использование объемных сложных конструкций женщинами перегружает речь, чем иногда затрудняет восприятие информации слушателем. Обращения наполнены использованием полных прилагательных, распространенных определений.

Ю.Т.: «достопочтенное собрание», «высокая политическая мудрость», «экзотические стопроцентные объединения».

А.М.: «großartiger Aufbauarbeit», «besondere Weise», «unbeschreibliches Leid» («великий созидательный труд», «особый путь», «неописуемые страдания»).

Таким образом, следует отметить, что речь мужчин-политиков более сдержанна и неэмоциональна, в отличие от речи женщин-политиков, которая эмоционально насыщена, в объемных распространенных предложениях у слушателей есть возможность самому сделать акцент на услышанном.

Обобщая все вышеизложенное, следует сделать вывод, что речевое поведение мужчин и женщин различается по выбору единиц лексикона, предпочтениям тех или иных частей речи, синтаксических структур и стилистических приемов. Очевидным представляется тот факт, что гендер оказывает влияние и проникает в различные сферы деятельности человека, в том числе в политический дискурс. Изучение факторов, влияющих на формирование гендерного поведения ведущих политических деятелей, языковых средств и особенностей их коммуникативного поведения являются предпосылками для более детального исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1097675>] (Дата обращения: 24.04.2021 г.).
2. Голованова И.И. Саморазвитие и планирование карьеры: учеб. пособие / И.И. Голованова. – Казань: Казан. ун-т, 2013 – 196 с.
3. Ухванова И.Ф. План содержания текста: от анализа к синтезу, от структуры к системе / И.Ф. Ухванова // Философская и социологическая мысль. – Киев, 1993. - №3. С.26.
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – Москва: Ваклер, 2003. С.49.
5. Ухванова И.Ф. План содержания текста: от анализа к синтезу, от структуры к системе / И.Ф. Ухванова // Философская и социологическая мысль. – Киев, 1993. - №3. С.26.
6. Гвоздева А.А. Языковая картина мира: лингвокультурологические и гендерные особенности: на материале художественных произведений русскоязычных и англоязычных авторов: диссертация кандидата филологических наук. Тамбов, 2003. 151 с.

Доц. д-р Катерина Видова
 МСУ „Г. Р. Державин“ Свети Николе – Битола
 Р. Северна Македонија

ДЕВЕРБАТИВНИТЕ ПРИДАВКИ СО АТРИБУТИВНА ФУНКЦИЈА ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК И НИВНИТЕ ЕКВИВАЛЕНТИ ВО АНГЛИСКИОТ ЈАЗИК

АПСТРАКТ: Целта на овој труд е даде преглед на девербативните придавки, односно на придавките изведени од глаголи и нивните преводни еквиваленти во англиски јазик коишто се најчесто партиципни придавки со наставка -ing. Истражувањето е фокусирано на девербативните придавки во англискиот и во македонскиот јазик. Истражувањето е спроведено на корпус од реченици ексцерпирани од македонски дела и нивните преводни еквиваленти на англиски јазик. При анализата на атрибутивната функција на девербативните придавки во македонскиот и англискиот јазик се согледуваат сличности и разлики во двата јазика.

КЛУЧНИ ЗБОРОВИ: девербативна придавка, атрибут, превод, партиципна придавка, сегашен партицип

DEVERBAL ADJECTIVES FUNCTIONING AS AN ATTRIBUTE IN MACEDONIAN AND THEIR EQUIVALENTS IN ENGLISH

ABSTRACT: The aim of this paper is to present a review of the deverbial adjectives, i.e., adjectives derived from verbs and their translation equivalents in English, which are mostly participle adjectives with suffix -ing. The research is focused on the deverbial adjectives in Macedonian and English. The research is conducted on a corpus of sentences excerpted from Macedonian literature and their translation equivalents in English. Analyzing the deverbial adjectives with attributive function in Macedonian and English the similarities and differences in both languages have been perceived.

KEYWORDS: deverbial adjectives, attribute, translation, participle adjective, present participle

1. ВОВЕД

Целта на овој труд е анализа на атрибутивната употреба на девербативните придавки во македонскиот јазик и нивните преводни еквиваленти во англискиот јазик. Девербативните придавки отсекогаш се наоѓале во фокусот на вниманието на истражувачите на јазикот, без оглед дали се работи за атрибутска употреба на сегашниот партицип во англискиот јазик или за атрибутска улога на девербативните придавки во македонскиот јазик. Истражувањето е изведено на корпус од реченици ексцерпирани од дела на македонска литература, преведени на англиски јазик. Истражувањето има за цел да ги провери следните претпоставки:

- » Македонската девербативна придавка со суфиксот -ачки, -ечки се преведува со сегашен партицип со придавска функција;

- » Македонската девербативна придавка со суфиксот -ив, -лив се преведува со сегашен партицип со придавска функција;
- » Македонската девербативна придавка со суфиксот -ен се преведува со сегашен партицип со придавска функција;
- » Македонската девербативна придавка со суфиксот -ит се преведува со сегашен партицип со придавска функција.

2. ОПШТИ СОГЛЕДУВАЊА ЗА ДЕВЕРБАТИВНИТЕ ПРИДАВКИ ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК И СЕГАШНИОТ ПАРТИЦИП ВО АНГЛИСКИОТ ЈАЗИК СО ПРИДАВСКА ФУНКЦИЈА

Развојот на девербативните придавки во македонскиот јазик се должи на нивната замена на активниот партицип на презентот во другите јазици. (Угринова, 1951: 174; Корубин, 1990: 158). Конески (1996: 318-319) го споменува изведувањето на придавки од глаголи, при тоа нагласувајќи дека од глаголи се изведуваат придавки со овие суфикси: *-ен, -им, ачки, -ечки, -телен, -лив, -кав и -ит*. Ставот на Тополињска (2003: 64) е дека инвентарот на суфикси со кои се изведени одглаголските придавки во македонскиот јазик е: *-ен, ален, -ив, -лив, -ав, -ит, -ок, -ачки, -ечки*, и други сложени суфикси како *-кав, -илен, -атен, -итен, -телен, -овит*.

Квирк и др. (1985: 413) зборуваат за фактот дека во англискиот јазик има придавки кои имаат ист суфикс како партиципот со наставка *-ing* и ги нарекуваат партиципни придавки. Партиципните придавки можат да имаат предикативна функција како во примерот:

(1) *His views were very surprising.*

Исто така, тие можат да имаат и атрибутивна функција, како во примерот: (2) *his surprising views*. Даунинг и Лок (1992: 514) тврдат дека сегашниот партицип од глаголите извршува граматички функции што се типични за придавките. Мал број на форми што никогаш или многу ретко се употребуваат како дел од глаголските групи и се употребуваат како модификатори на именските групи или како атрибутивни додатоци на дел-реченицата се: *interesting, amazing, charming, disappointing, pleasing*, etc. Според овие автори, голем број на партиципни форми изведени од преодни глаголи, можат да бидат употребени како модификатори и додатоци и исто така како предикат во дел-реченицата, како што се: *annoying, amusing, bewildering convincing, frightening, satisfying, surprising, boring*. Михаиловиќ (Mihailovic, 2009: 175) ја истакнува атрибутивната употреба на сегашниот партицип во примерите (2) - (4):

(3) *"The Sleeping Beauty" is the name of a fairy tale.*

(4) *He belonged to a dying age.*

(5) *No sound was heard except the hissing whisper of the wind.*

Според Керм (Curme, 1935: 42) партиципите на глаголите во придавска функција се обично описни именки затоа што покажуваат активна или пасивна состојба: *running water, dying soldier, a broken chair*.

Јанева-Михајловска (2009: 91) ја нагласува атрибутивната употреба на сегашниот партицип како модификатор на именката во примерите: *the sleeping beauty, a burning house, a dancing girl*.

Хлебец (1993: 67) укажува на атрибутската употреба на сегашниот партицип во два случаја:

» За означување на привремена ситуација:

(6) *The rising storm carried away the roof.*

(7) *They won't be able to oppose his continuing struggle.*

(8) *I'm listening to the singing birds.*

» За означување на постојана особина, како класификаторна придавка:

(9) *Some people believe in flying saucers.*

(10) *Shall we go to see the travelling circus?*

Стефановски (1985: 203-205) смета дека во рамките на проблемот на идентификацијата на девербативните атрибути во англискиот јазик потребно е да се даде осврт на основните разлики помеѓу девербативните -ing придавки и девербативните -ing партиципи. Тој ги споредува девербативните -ing придавки во примерите (*exhausting efforts, fascinating cars, disappointing defeats, frightening wars, disturbing noise, annoying weapons, seducing dresses, terrifying massacres, amusing comedies, relaxing sports*) со девербативните -ing партиципи во примерите (*giggling girls, singing bird, crying children, running boys, drinking men, roaring bull, cleaning woman, sleeping baby, dying man*) и при тоа ги издвојува следните основни разлики:

- » Во поглед на глаголската категорија вид девербативните -ing придавки се изведуваат од повторливи глаголи, додека девербативните -ing партиципи се изведуваат од трајни глаголи чиешто експоненти се помошниот глагол be и наставката -ing.
- » Во поглед на глаголската категорија преодност девербативните -ing придавки се изведуваат од преодни (двовалентни) глаголи, додека девербативните -ing партиципи се изведуваат од непреодни (едновалентни) глаголи.
- » Во поглед на модификацијата со потсилувачот very (многу) девербативните -ing придавки ја прифаќаат оваа модификација, додека девербативните -ing партиципи никако не можат да бидат модификувани со потсилувачот very (многу).
- » Во семантички поглед девербативните -ing придавки претставуваат атрибути од краен карактер, додека девербативните -ing партиципи се атрибути од типично времен карактер, односно го губат атрибутското својство на глаголско дејство.

3. АНАЛИЗА НА ЕКСЦЕРПИРАНИОТ МАТЕРИЈАЛ

Ексцерпираниите реченици кои содржат девербативни придавки се преведени на англиски јазик со сегашен партицип со атрибутска употреба. Целта на анализата е да се проверат претпоставките што беа дадени во воведот.

Конески (1996: 319) тврди дека кога се работи за -ачки, -ечки „оваа наставка, ограничена во народниот јазик на случаите како *шијачка машина, плетачка игла*, во литературниот доживува многу поширока употреба во новообразувања паралелни со истата оваа наставка. (в. т. 100). Така имаме: *вршачка, жнијачка*

машина, образовачки елемент, движечка сила, господаречки, владеечки класи итн. Со ваквите образувања во доста случаи се заменува кај нас активниот партицип од другите јазици.“ Следуваат ексцерпирани примери:

(11) Постепено почнале да се јавуваат првите записи, првите јавни говори, првите патувачки учители. (ОГ: 41)

Gradually, there appeared the first written record, the first public speeches, the first travelling teachers. (OG: 41)

(12) Јасно и чисто ќе го видиш својот старец како ја одлостува вратата од вагонот и пушта една **заслепувачка светлина** што ѝ ги замижува очите. (ТГ: 6)

*She can clearly see her old man unlatching the door to the car, letting a **dazzling light** that forced her to shut her eyes. (TG: 6)*

(13) Ќе го истисне црвот на стравот, ама ќе остане **обеспокојувачката мисла** во врска со ненадејното појавување на Костадина кое како да е толку реално што мислиш може да крене стап за да мава по него. (ТГ: 57)

*She is going to squeeze that worm out, but **the disturbing thought** about Kostadin's sudden appearance will remain, and it seems so real that she could take a stick and hit him. (TG: 57)*

(14) Заиграните момички, иако се тивки додека спие бебето, кога малку ќе се подзаборават и ќе ги поткренат гласчињата, тој испушта **еден предупредувачки глас**, нешто како молба да бидат внимателни. (ТГ: 338)

To the girls, who had to be quiet while the baby slept, he sent a warning sound, as if asking them to be careful. (TG: 334- 335)

Ставот на Конески (1995: 110) е дека проширениот суфикс -лив е во доминантна употреба и е многу продуктивен во современиот македонски јазик: граблив, колеблив, избувлив, поправлив, растеглив и др. Суфиксот -лив доаѓа и кон глаголски основи што завршуваат на две согласки ако при тоа не се добива консонантска група тешка за изговор: горлив, писклив, попустлив, упростлив, уништлив. Следуваат ексцерпирани примери:

(15) И следува констатацијата дека средината во која живеам остава неизбришливи траги во душата... (ТГ: 79)

It is followed by the statement that the environment in which I live leaves lasting marks on my soul... (TG: 79)

(16) Енвер Петровци го познаваше добро својот превртлив сосед уште од училиштето во Битола. (БП: 131)

Ever since their school days in Bitola Redzep-aga had been known as the vacillating neighbour. (BP: 135)

(17) Езерото вознемирено пласкаше во шамачиштата, кучињата цвилеа под тремовите, целата природа создаваше плачливо расположение. (БП: 133)

The boiling lake buffeted the shore, dogs whined in their shelters, all of the nature was in a weeping mood. (BP: 137)

Конески (1995: 111) тврди дека суфиксот -ен во народниот јазик има ограничена употреба; може да се наведат примерите: *ненадеен, (не)знаен, вреден, додевен* и со двојна мотивација *работен* (: *работи, работа; работна жена* ,жена што многу работи', *работна маса* ,маса за работа'). Од друга страна, пак, во литературниот јазик суфиксот -ен покажува извесна продуктивност: *видни резултати, (не)достижна цел, заглушна врева, гледна точка, обиколни патишта*; во изрази со термилошки карактер: *гоен добиток, молзни крави, извршни органи, иследна постапка, исказна, изјавна реченица* и др. Чести се и негираните форми: *незаборавни спомени, неизбежна обврска, неусирно богатство* и др. Конески (1995: 112) вели дека кога станува збор за значењето, придавките образувани со суфиксот -ен се многу неединствени, и може да се опфатат со општата парафраза ,што е во однос со дејството во основата'. Значењето на негираните образувања (*неусирно богатство* и др.), може да се претстави со парафразата , што не може да се + глаголот': *неизбежна обврска , обврска што не може да се избегне'*.

Следуваат ексцерпирните примери:

- (18) *Онаа која ја пишуваме и ден-денес со нашите молитви (кои се, несвесно и повторно **продолжена расправа** за двете измислени реченици)... (ОГ: 41)*
*...the one we still write today in our prayers (which are, unconsciously, **the ongoing argument** of those two invented sentences. (OG: 41)*
- (19) *„Како настрада?“ прашав загледан во **избледената фотографија**. (БП: 44)*
*“How did he die?” I asked, staring at **the fading photograph**. (BP: 50)*
- (20) *Силниот ветар ги свиваше јасиките и носеше мириси на **расцутена пролет** што најавуваше долго и топло лето. (БП: 97)*
*The strong wind tangled with the aspens and brought the fragrance of **blossoming spring**. Forecasting a long, hot summer. (BP: 99)*
- (21) *Ако не ги затворам очите нема ни да се појави мојот Костадин, си мисли, брца со прачка во **вжареното меше** на кумбето ја крева главата а тој веќе е онде каде што таа треба да легне. (ТГ: 75)*
*If I don't close my eyes my Kostadin won't appear, she thought, poking with a stick into **flaming belly** of the stove, then raising her head, and he is already sitting there where she is supposed to lie. (TG: 74)*
- (22) *Ги прашував **ужалените минувачи** за ова чудна појава, сите си ги собираа рамената во стилот „Ни чуле ни виделе“. (БП: 284)*
*I asked the **grieving passengers-by** the meaning of this, but they all shrugged their shoulders in the usual style: “We haven't heard or seen anything.” (BP: 290)*
- (23) *Риса и Тронда се протуркаа низ **проретчениот круг** и без многу зборови ѝ помогнаа да го фрлат во вагонот на Чана, во малиот празен брлог до врата. (ТГ: 12)*
*Risa and Tronda made their way through **the thinning circle** and, with few words, helped her toss him into Chana's car, in the empty spot near the door. (TG: 12)*
- (24) *Благоста што ѝ се кротеше во лицето и **замислените очи** правеа сите да имаат убав мисла за неа. (ТГ: 130)*
*But she had kind face and **brooding eyes**, and people liked her. (TG: 129)*

Ставот на Конески (1995: 113) е дека придавките образувани со суфиксите *-ит*, *-овит* се ретки стари образувања: *бележит*, *затресит*, *игралит*, *положит*, *видовит*, *режовит*; некои се зачувани во посебни синтагми, а некои имаат наспоредни образувања: *глаголит* – *глаголив*, *заглушит* – *заглушен*, *-шна* (*врева*), *склопит* – *склопитен*, *родовит* – *роден*, *-дна*. Меѓу поновите образувања се: *изразит*, *мешовит*, *растресит*, но моделот не покажал поголема продуктивност. Од ексцерпираниите примери го издвојуваме примерот (25):

(25) *Одеднаш закланиот направил еден свет знак со десната рака и од местото под дабот бликнала лековита вода.* (БП: 304)

*Suddenly the beheaded man made the holy sign with his right hand and from a place under the oak tree **healing water** gushed out.* (BP: 311)

ЗАКЛУЧОК

При анализа на ексцерпираниите македонски примери со девербативни придавки со суфиксот *-ачки*, *-ен*, *-лив*, *-ит* и нивите англиски преводни еквиваленти со партиципни *-ing* придавки и сегашен партицип постои сличност и во нивната атрибутивна употреба и во процесот на атрибуција, во позиција пред именката што ја определуваат. Наспроти девербативните придавки во македонскиот јазик, во англискиот јазик среќаваме *-ing* придавки и сегашен *-ing* партицип којшто наполно отсуствува во македонскиот јазик. Девербативните придавки во македонскиот јазик претставуваат извесна замена на сегашниот (активниот) партицип во другите јазици.

ИЗВОРИ

1. Георгиевски, Т. (1988). Исчезнување. Скопје: Зумпрес.
2. Georgievski, T (2000). Disappearance. Skopje: Macedonian Academy of Sciences and Arts.
3. Георгиевски, О. (2003). Скратени приказни. Скопје: Табернакул.
4. Georgievski, O. (2003). Shortened Stories. Skopje: Tabernakul.
5. Павловски, Б. (2001). Подвижни гробови. Скопје: АЕА, Мисла.
6. Pavlovski, B. (2001). Eagle Coat of Arms. Australia: AEA Publishers PTY LTD.

ЛИТЕРАТУРА

Кирилица

1. Конески, Б. (1996). Граматика на македонскиот јазик. Скопје: Детска радост.
2. Конески, К. (1995). Зборообразувањето во современиот македонски јазик. Скопје: Бона.
3. Корубин, Б. (1990). На македонско граматички теми. Скопје: Институт за македонски јазик “Крсте Мисирков”.
4. Стефановски, Љ. (1985). Девербативни атрибути во македонскиот јазик и англискиот јазик – контрастивна анализа. Докторска дисертација. Скопје: Филолошки факултет
5. Тополинска, З. (2003). Полски~македонски. Граматичка конфронтација. 6 Синтаксичка деривација. Скопје: Македонска академија на науките и уметностите
6. Угринова, Р. (1951). Замената на партиципот во атрибутивна употреба. Македонски јазик, II бр. 7, 174-177

7. Хлебец, Б. (1993). Граматика на англискиот јазик за средни училишта. [адаптација и превод на Марија Јанева]. Скопје: Просветно дело

Латиница

8. Curme, G.O. (1935). A Grammar of the English Language. Boston: Ginn.
9. Downing, A., Locke, P. (1992). A University Course in English Grammar. Prentice Hall International (UK) Ltd.
10. Janeva-Mihajlovska, M. (2009). Modern English Grammar. Skopje: Trimaks
11. Mihailović, Lj. (200). Gramatika engleskog jezika. Beograd: Naučna MKD
12. Quirk, R, Greenbaum, S., Leech, G. and Svartvik, J. (1985). A Comprehensive Grammar of the English Language. London: Longman.

Ирина Анатольевна Хохлова

ЛГПУ имени П.П. Семенова-Тян-Шанского

Российская Федерация

ФАНФИК И ЕГО РАЗНОВИДНОСТИ КАК ИНДИКАТОРЫ ИНТЕРЕСОВ И ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

АННОТАЦИ: В статье описаны особенности жанра «фанфик» и представлены его основные разновидности. Автор рассказывает об истории возникновения данного литературного явления и акцентирует внимание на его отличительных чертах и ключевых понятиях, связанных с ним. Относительно новая разновидность фанфика – «драббл» – также находится в центре авторского внимания. На основании полученных наблюдений, фанфик определяется как социокультурный феномен, отражающий особенности современной молодежной культуры

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: фанфик, фикрайтер, фандом, додзинси, драббл, флэш-фикшен, мини-проза, фанфильм, фан-арт

FAN FICTION AND ITS VARIETIES AS INDICATORS OF THE INTERESTS AND VALUES OF MODERN YOUNGSTERS

ABSTRACT: The article studies the key features of the fan fiction genre and its varieties. The origin of the concept in question, its distinctive characteristics as well as the basic concepts are thoroughly considered by the author who also focuses on the relatively new type of fan fiction known as “drabble”. On the basis of the obtained data fan fiction is finally defined a socio-cultural phenomenon that reflects the current traits of modern culture, particularly that of the young.

KEYWORDS: fan fiction, fic-writer, fandom, doujinshi, drabble, flash fiction, 55 Fiction, fan film, fan art

Не секрет, что во все исторические времена молодежь ищет новые пути самовыражения. Подростки, в попытке убежать от реального мира, пытаются найти способы создания альтернативной вселенной, некоего «ментального убежища». По этой причине с каждым днем возрастает популярность фанфиков (от англ. fan fiction) – литературных произведений, созданных поклонниками того или иного популярного фильма, книги или сериала.

Как правило, сюжет фанфика основывается на продолжении оригинального произведения или раскрытии альтернативной версии развития событий, но с участием центральных действующих персонажей. Также фанфик может представлять собой не только продолжение и желаемую модификацию сюжета, но и пародию на то или иное литературное или кинематографическое произведение, их предысторию или пояснения к ним.

Авторами фанфика, или фанфикрайтерами (от англ. fic-writer), являются обычные люди, любители и преданные фанаты нашумевшего фильма или сенсационной книги. Большинство фикрайтеров являются подростками – школьниками и студентами, которые отличаются собственным неповторимым

авторским стилем, а также свежим и нетривиальным взглядом на сюжет оригинального произведения.

Необходимо отметить, что в некоторых странах распространение фанфиков расценивается как нарушение авторских прав создателей первоисточника, поэтому правовая ответственность ограничивает коммерческую ценность такого рода творчества. Именно по этой причине фикрайтеры обязаны указывать правообладателя оригинала, которому принадлежат все права на использованных персонажей или созданный им художественный мир.

подавляющее большинство фикрайтеры не претендуют на получение прибыли от своих произведений, поскольку признание читателей является для них самой ценной наградой. К тому же, мало кто хочет испортить любимое произведение: фанфики пишутся с благими намерениями и из любви к какому-либо явлению, событию или персонажу. Таким образом, большое количество таких произведений создается просто для забавы других фанатов, дело редко доходит до публикации в каком-либо серьезном издательстве.

Принято считать, что фанфик, как литературное явление, появился относительно недавно, однако это совсем не так. Еще в далеком XV веке существовали произведения, сильно напоминающие этот жанр. Например, поэма Р. Генрисона «Завещание Крессиды» (1492) являлась продолжением сюжетной линии «Троила и Крессиды» (1387) Дж. Чосера. Данное произведение можно с уверенностью отнести к ранней форме фанфика, так как писатель, дополняя сюжет, раскрывает персонажей, а также предлагает нам собственную версию развития событий.

Нельзя обойти стороной и творчество У. Теккерея, который в 1849 году опубликовал сказку «Ревекка и Ровена» (1849). Работа представляла собой шуточное завершение романа В. Скотта «Айвенго» (1819). Автор скорректировал некоторые сюжетные линии, которые не пришлись по душе читателям, и, в итоге, рыцарь Айвенго и еврейка Ревекка воссоединились, на радость теккереевским поклонникам, однако в исторической реальности влюбленные не могли воссоединиться.

Кроме того, поклонники историй о Шерлоке Холмсе часто писали свои варианты продолжения приключений любимого персонажа после того как Артур Конан Дойль перестал публиковать произведения о гениальном детективе. Например, в начале XX века российские писатели П. Никитин и П. Орловец создали цикл повестей «Похождение Шерлока Холмса в России» (1908), который стал не плохим продолжением истории всеми любимого персонажа. Кстати, рассказы о прославившемся английском сыщике также писали Марк Твен, Стивен Кинг, Борис Акунин, Сергей Лукьяненко и многие другие знаменитые и малоизвестные авторы. Огромное количество художественных произведений и фанфиков о Шерлоке Холмсе, написанных писателями со всего света, положило начало целому литературному направлению под названием «шерлокиана» или «холмсиана».

XX век богат и другими, не менее яркими примерами фанфика. Таковым является знаменитое произведение «Скарлет» (1991), написанное А. Рипли, служащее продолжением первоисточника М. Митчелл «Унесенные ветром» (1936). Несмотря на неоднозначные оценки критиков, фанфик сыскал себе ошеломляющую популярность читателей, так как вернул им одну из самых красивых и романтических пар в литературе.

Однако понятие фанфика как массового феномена и как отдельного художественного произведения окончательно сформировалось лишь в 60-х годах XX века, благодаря фэндому (от англ. fandom) сериала Star Trek («Звездный путь» - англ.). Научно-фантастические журналы, опубликованные в 1960-х годах и содержащие фанфики, со временем получили довольно широкое распространение. Так, в 1967 году вышел первый фанфиковский журнал (fanzine) под названием «Srockanalía». Он содержал первые (в современном понимании этого термина) фанфики. Первое издание завоевало мгновенную популярность у фанатов научной фантастики и вскоре за ним последовали другие успешные выпуски.

Фан-вселенная «Звёздного пути» предоставляла любителям и преданным фанатам научной фантастики огромный простор для творчества, поскольку каждой звездной цивилизации была свойственна определенная культура и история, а конкретный герой обладал исключительным характером и имел неповторимую биографию. Фикрайтеры даже описали технические свойства и параметры звездолётов и различных космических кораблей, был создан искусственный клингонский язык, а также составлены рецепты традиционных клингонских блюд.

На данный момент по мотивам мира «Звёздного пути» написано более трёхсот романов, огромное количество рассказов, стихов и, конечно же, фанфиков. Многочисленные работы непрофессиональных писателей-любителей удовлетворяли разные читательские аудитории и были рассчитаны на любые, даже самые неожиданные, предпочтения фанатов, включая гомолитературу.

В то же время, воколо 60-70-х годах XX века, подобная тенденция появилась и в Японии. В тот период огромную популярность приобрели любительские манга и новеллы, известные как додзинси (от яп.- 同人誌), которые были широко распространены в кругах единомышленников – додзин. Большинство додзинси было создано на основе уже существовавших манги, аниме, франшизах компьютерных игр, что послужило веским основанием для отнесения произведений подобного рода к фанфикам.

Примечательно, что фанфики являются смежной разновидностью творчества и включают в себя как элементы оригинального мира, так и фикрайторский вымысел, выходящий за каноны оригинала. Поскольку большинство фанфиков ориентировано на чтение их другими поклонниками определенной книги или фильма, от читателя, естественно, ожидается, что он хорошо знаком с оригиналом, иначе вклад фикрайтора будет либо не получит должной оценки, либо будет вовсе не понят.

Лев Гроссман, литературный критик и ведущий автор журнала Time, пристально следит за эволюцией фанфика и отдает должное труду фанкрайтера: «Они пишут и выкладывают в интернет своё творчество ради собственного удовольствия. Они – не молчаливые диванные потребители медиа. Культура обращается к ним, и они отвечают ей на её же собственном языке» [2].

Как было отмечено выше, героями фанфиков обычно становятся персонажи знаменитых произведений и сериалов. Чаще всего это волшебники, шпионы, супергерои, жизнь которых полна приключений и удивительных событий. Во время написания фанфика у автора появляется возможность представить себя на месте любимого персонажа произведения, пережить все события от его лица и даже написать продолжение истории. Именно поэтому фанфик пользуется большой популярностью у современной молодежи.

В этой связи нельзя обойти стороной историю о Гарри Поттере, написанную Дж. Роулинг. Невероятная мировая популярность созданной серии книг о юном волшебнике формирует легионы фанатов по всему земному шару. В результате, ежегодно тысячи фанфиков пополняют ряды уже существующих самых невероятных продолжений и альтернативных версий развития событий «поттерианы», поскольку фан-вселенная Гарри Поттера бесконечна и бессмертна. В фанфиках можно встретить чудесным образом оживших героев и совершенно новый взгляд на некоторых из них.

Из великого множества фанфиков а Гарри стоит выделить роман специалиста по искусственному интеллекту Элизера Юдковского под названием «Гарри Поттер и методы рационального мышления» (2010–2015). В созданной автором альтернативной реальности фигурирует тётя Гарри Поттера – Петунья. Она вышла замуж за начитанного университетского профессора, который воспитал приёмного сына как родного. Таким образом, характер мальчика изменился до неузнаваемости. Юный Гарри был с детства окружён научной литературой и фантастикой, хорошими преподавателями, вследствие чего получил достойное образование. В новой интерпретации уже в возрасте 11 лет волшебник разбирался в квантовой механике и теории вероятности. Модифицированная версия Юдковского была тепло встречена публикой и литературными критиками.

Безусловно, огромное количество фанфиков обусловило рстующую необходимость их классификации. Однако, критерии, положенные в ее основу, вирируются от автора к автору. Тем не менее, наиболее частотными являются разграничения по характеру отношений: романтические или сексуальные (Shipring), теплые и ни чем неомраченные (Fluff), без любовной линий (Gen), любовная связь между мужчинами (Slashmarm), любовная связь между женщинами (Fem), семейные (Curtain Story) и др.; по способу создания: с использованием реалий из нескольких фэндомов (Crossover), в виде песни (Filk), с повествованием от первого лица (POV), с героями-знаменитостями (RPF), в форме группового разношерстного авторства (Round Robin) и др.; по степени соответствия оригиналу: со значительными отступлениями (AU), с некоторыми погрешностями (NO-AU), очень далекие от оригинала (Original Fanfiction), с персонажем похожим на женского фанрайтера (Mary Sue), с персонажем похожим на мужского фанрайтера (Marty Stu) и др.; по сюжету: описываются сильные потрясения героя (Angst), повествование ведется от лица темного антагониста (Dark), присутствует обязательная смерть героя (Deathfic), рассказывается о помощи одного героя другому (Hurt/Comfort) и др.; по размеру: фанфик, состоящий из одной части (Ficlet), зарисовка с двойным дном (Drabble), очень короткое событие или монолог (Vignette) и др [2].

Рассмотрим одну из самых интересных разновидностей фанфика – драбл. Сегодня этот популярный поджанр приобретает стремительную популярность.

Драбл (от англ. drabble), также известный как «стонарик», изначально представляет собой художественную миниатюру, написанную в жанре флэш-фикшен (от англ. flash fiction), которая в классическом варианте состоит из ста слов.

Цель драббла заключается в передаче оригинальной или значимой идеи в ограниченном языковом пространстве. Как правило, драбл рассказывает историю, имеющую двойной подтекст или неожиданную развязку. Драбл может состоять из отдельной сцены, короткого или длинного описания важного эпизода жизни героя.

Краткость – основная отличительная черта драббла. Этот поджанр представляет собой своеобразное упражнение для писателя или режиссера, тренирующее его умственную способность формулировать четкие и краткие мысли, доносящие его авторский посыл.

Главным композиционным критерием драббла является его завершенность. Такая история, несмотря на свою лапидарность, должна содержать структуру полноценного произведения, то есть иметь завязку, кульминацию и развязку. Она также должна передавать определенный смысл и быть полезной для читателя/зрителя. Помимо этого, драббл не может испытывать дефицит литературных выразительных средств и оборотов, а также призван привлечь максимальное внимание читателя/зрителя.

История возникновения драббла весьма интересна. Концепция жанра и сам термин зародились в 1980 году, когда члены одного из сообществ университета Бирмингема придумали необычную игру. В поставленную задачу входило создание небольшого прозаического наброска в течение ограниченного отрезка времени и на заданную тему, который явился бы продолжением сюжета прочитанного романа. Победителем становится участник, первым создавший достойную литературную зарисовку. Вдохновленные романом М. Пайтона «Большая Красная Книга» (1971), в котором драббл упоминался как словесная игра, английские поклонники научной фантастики решили сыграть в эту игру сами. Непременным условием было заданное количество слов – ровно 100 лексических единиц. Отсюда и появилась концепция, связанная со ста словами и немотивированное название «драббл», что в переводе с английского означает «забрызгать, испачкать».

Мнения литературоведов относительно поджанра «драббл» не являются единодушными. Большинство считает, что драбблы имеют примитивный сюжет и сомнительную литературную ценность.

Тем не менее, популярность драббла растет с каждым годом, так как дает их создателям возможность интерпретировать судьбу любимого героя в желаемом ключе и создавать альтернативную реальность полюбившегося литературного произведения.

Среди писателей-фантастов, опубликовавших свои драбблы, – Брайан Олдисс (1925-2017) и Джин Вулф (1931-2019), Лоис Макмастер Буджолд (1949-) и Джейк Байбл (1967-).

Примечательно, что роман Л.М. Буджолд «Криозожог», который повествует о расследовании дела о криозаморозке людей Имперским аудитором Майлзом Форкосиганом, заканчивается последовательностью из пяти драбблов, повествование в которых ведется от лица другого персонажа.

Книга Дж. Байбла «Мёртвый Мех» рассказывает о постапокалиптическом мире, в котором люди с помощью боевых машин – Мехов – сражаются с зомби. Это произведение полностью написано в формате драббла.

Необходимо отметить, что литературный онлайн-журнал «100 Word Story», основанный в 2011 году американцами Грантом Фолкнером и Линн Манделл, продолжает свое существование и ежемесячно публикует рассказы, длина которых не превышает 100 слов.

Безусловно, Интернет способствовал быстрому и глобальному распространению рассматриваемого жанра. Во всемирной сети можно нередко увидеть короткие видеоролики, снятые фанатами по мотивам полюбившегося

фильма или литературного произведения. Многие из них являются яркими примерами драббла.

Вдобавок, существует понятие «мини-проза», напоминающее драббл. Она представлена художественными мини-произведениями, состоящими из 55 слов. Данный термин был впервые употреблен в 1987 году в рамках конкурса на написание суперкоротких рассказов, организованного независимым калифорнийским еженедельником «New Times». Автором идеи стал основатель и издатель журнала New Times – Стив Мосс. Основными требованиями для написания новой разновидности драббла являются: объем изложения, не превышающий 55 слов, наличие четкого сюжета, как минимум одного персонажа, конфликта и его развязки, а также мыслей дидактического характера. Первоначально такие истории публиковались только в журнале Стива Мосса, теперь популярный редактор собирает их сборники под названием «Самые короткие в мире рассказы». Ниже приведен фрагмент из рассказа-драббла Джея Рипа «Судьба»: «Доверимся жребию: орел – и мы поженимся, решка – и мы расстанемся навсегда. Монетка была подброшена. Она звякнула, завертелась и остановилась. Орел. Мы уставились на нее с недоумением. Затем, в один голос, мы сказали: «Может, еще разок?» [1, с.10].

Возвращаясь к фанфику, необходимо отметить, что для многих талантливых подростков его разновидности служат некоторого рода тренировочными упражнениями в написании собственных литературных произведений. Создание фанфика со смыслом – хорошая возможность развить писательский навык, обогатить словарный запас и озвучить свои мысли и переживания.

Любопытно, что по мере увеличения возможностей фанатов различных произведений, в силу общего роста технического прогресса, качественные фанфики перестают находиться только в рамках одной сферы искусства, а переходят в новый вид творчества, известный как фанфильм (от англ. fan film). Примером тому служит известный короткометражный фильм «Star Wars: Revelations» (2005, США, Шейн Фелукс), снятый на высоком техническом уровне компанией «Panic Struck Productions» по мотивам сюжета «Звёздных войн».

Другим видом фанатского творчества, похожим на фанфикшен, является фан-арт (от англ. fan art). Он представляет собой создание разного рода изображений по мотивам популярной живописи или мультипликации, или же создание совершенно новых художественных образов любимых персонажей книг, фильмов и компьютерных игр.

В России такое явление как фанфик только начинает набирать обороты и «русский фандом» еще мал по сравнению с западным сообществом. Тем не менее, в России существует довольно крупный сайт для публикации фанфикшена – fbook.net. Основной задачей сайта является предоставление начинающим писателям возможности заявить о себе и реализовать свой авторский потенциал в комфортных условиях сайта. Гибкая система рейтинга, оценок, комментариев и рекомендаций, позволяет читателю найти своего автора, а писатель, в свою очередь, получает уникальный шанс увидеть, как его воспринимает аудитория.

Как видим, фанфик представляется не столько принципиально новым литературным явлением, сколько социокультурным феноменом, в котором отразились многие особенности современной культуры. Интернет среда способствует развитию фанфика, давая возможность молодежи проявлять свои творческие потенциалы, а также развивать свои таланты и получать советы

и поддержку с помощью социальных сетей и интернет-сообществ. Фанфик и эволюция его разновидностей, наряду с актуализацией затрагиваемых тем, могут служить надежными индикаторами социальных процессов и ценностей современной молодежи. Поджанр «драбл», как разновидность фанфика, весьма необычная, но популярная повествовательная форма. Несмотря на свою противоречивость и неоднозначность она находит самое широкое отражение в современной английской литературе, и кинематографе, превращаясь в популярный глобальный формат лаконичного изложения мыслей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мосс, Ст. Самые короткие в мире рассказы. М.: Клуб семейного досуга, 2000. – 351 с.
2. Фанфик. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Фанфик>

Александра Игоревна Машеро

ЛГПУ имени П.П. Семенова-Тян-Шанского

Российская Федерация

ОБРАЗ ПЧЕЛЫ В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ И ИСКУССТВЕ

АННОТАЦИЯ: В статье рассматривается образ пчелы в литературе и искусстве России и Англии, а также анализируется его функционирование в произведениях великих и мало известных мастеров слова и живописи. Автор описывает основные черты образа пчелы и особенности «пчелиного фона», которые позволяют объяснить столь частое обращение к этому вечному образу русских и английских писателей, поэтов, художников, геральдистов и простых людей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: образ пчелы, пчелиный улей, природа и человек, символ, искусство, трудолюбие, герб

THE IMAGE OF THE BEE IN RUSSIAN AND ENGLISH LITERATURE AND ART

ABSTRACT: The article deals with the image of the bee in Russian and English literature and art as well as its functioning in the works of great and not so great writers and artists. The author focuses on the main features of the bee image and the peculiarities of the so-called bee background, which help to explain the frequent choice of this eternal image by Russian and English writers, poets, painters, heraldists and, even more so, ordinary people.

KEYWORDS: the image of the bee, a bee hive, nature and man, symbol, art, diligence, coat of arms

Человек – часть природы, по этой причине люди часто ощущают необъяснимую связь и родство с ней. Неудивительно, что это единство находит свое отражение в плодах человеческого труда. Произведения мировой литературы и искусства изобилуют образами живых существ, и это не случайно, поскольку они олицетворяют определенные добродетели или пороки. Так, муравей символизирует трудолюбие, сова – мудрость, лиса – хитрость и т.д.

В последнее время рекордное место по использованию писателями, поэтами, художниками и кинематографистами занимает образ пчелы. Обратимся к этому вечному образу, чтобы проанализировать его.

В культуре многих стран это маленькое насекомое является преимущественно положительным образом, исключения составляют лишь некоторые постмодернистские работы. Пчела символизирует многие похвальные нравственные качества: трудолюбие, мудрость, усердие, духовную и физическую чистоту. Согласно мировому фольклору, пчелиная семья передаёт человеческому роду всё вышеперечисленные характеристики, поскольку люди употребляют в пищу созданные пчелами мёд, воск и прополис.

Действително, мы связаны с пчелами с незапамятных времен. Добывание мёда – старейшее занятие, позволяющее людям найти работу и средства к существованию. Различные мифы, легенды, сказки и другие фольклорные источники подтверждают это. По этой причине многочисленные изображения пчел можно увидеть на стенах ранних жилищ, древних сосудах, монетах и фресках, которые дошли до наших дней.

Неоднократное упоминание о пчелах можно найти в гомеровской «Илиаде», где они символизируют воинственно настроенных людей: «Пчелы из горных пещер вылетали роями» [1, с. 435]. Эти насекомые изображены как грозные воины, храбро сражающиеся ради спасения своих домов и потомства. Таким образом, литературный мир Гомера населен дикими пчелами, и описанный им рой обладает как положительной, так и отрицательной семантикой. При этом символ роевого инстинкта превалирует над удовольствием, которое приносит добыча мёда.

У другого древнегреческого поэта – Семанида Аморгского – образ пчелы, представляет собой один из типов жен и символизирует исключительно положительное начало. По твердому убеждению этого поэта-лирика, все женщины не похожи, так как Зевс сотворил их из разных тварей: некоторых – из обезьян, других – из коров, третьих – из пчел. В стихотворении «Различно женщин нрав сложил вначале Зевс...» Семанид Аморгский описывает особенности характера представительниц слабого пола. Поэт восхваляет женщину-пчелу за трудолюбие, способность родить достойное потомство, супружескую верность и любовь.

В древнерусской культуре многие народные творцы также обращались к символу пчелы. Необходимо подчеркнуть, что в великорусском языке, пчелиная тематика легла в основу большого количества пословиц, поговорок, загадок, басен и обрядовых песен.

У славян пчела считалась священным созданием, поскольку она являлась неременной спутницей божества. По преданию, грозный Илья-пророк никогда не ударит молнией в пчелиный рой, благоговей перед священным насекомым. По той же причине святой Илья всегда щадит и липу, которая, как известно, дает сладкий нектар, столь необходимый пчелиному семейству.

Русский фольклор с годами накопил богатую и полезную информацию о пчелах, что нашло прямое отражение в великорусском языке. Пословицы и поговорки восхваляют и подчёркивают трудолюбие пчел: «Трудолюбивее пчелы никого нет»; «Пчёл держать – не в холодке лежать»; «Трудится как пчела» или «Пчела мала, а и та работает» [5].

Пчеловод довольно часто появляется и в русских пословицах, ведь именно он выступает главной фигурой на пасеке (хозяином пчёл, их защитником, трудолюбивым работником): «У хорошего пчеловода рой за роем рождается, у плохого – последняя пчела переводится»; «Чтобы пчел водить, надо их сердцем любить» или «Нет плохого года, есть плохой пчеловод» [13].

Русский этнограф и лексикограф, а также собиратель фольклора – Владимир Даль – в одном из своих произведений перечисляет основные достоинства пчелы: «...и на себя, и на людей, и на Бога (Церковь) трудится. Пчела – Божья угодница (доставляет воск на свечи)» [2, с. 1718].

Известный русский писатель-помещик, И.С. Тургенев, был хорошим знатоком и любителем пчёл. Он не только разводил этих насекомых, но и неоднократно использовал их образ в своих произведениях. Например, в романе

«Отцы и дети» (1862) в эпизоде единения Аркадия Кирсанова с природой наряду с птицами упомянуты пчёлы, что символизирует чистоту помыслов молодого героя, внутреннюю гармонию его образа, светлые мысли и размышления о возлюбленной: «Аркадий был весь наполнен новым чувством. <...> Ласточки летали высоко, <...> запоздалые пчелы лениво и сонливо жужжали в цветах сирени» [11, с. 218].

Другой великий русский деятель – Л.Н. Толстой – также был большим почитателем пчёл и посвящал часы их разведению в своём родовом имении в Ясной Поляне. Небольшая пасека писателя, окруженная зарослями желтой акации, была его излюбленным местом отдыха и приятного физического труда в виде пчеловодства. Теплые весенние и летние дни Л.Н. Толстой часто проводил на пчельнике. Писатель сам выполнял все пасечные работы. Он даже делал рамочные ульи, которые в то время только начали входить в практику. Достоверно известно, что ухаживая за пчелами и ульями, автор внимательно наблюдал за трудолюбивыми крохотными насекомыми, раздумывая над их укладом жизни и распределением обязанностей, а по мере работы периодически делал пометки для будущих произведений. Жена писателя, С.А. Толстая сообщила о любимом занятии супруга редактору журнала «Пчеловодная жизнь» М.А. Дернову: «Муж очень увлекался занятием пчелами и изучением их жизни и трудов. <...> Во время роевщины он часто не возвращался домой весь день, и я носила ему завтрак на пасеку, которая находилась в полутора верстах... от нашего дома» [6]. Неудивительно, что во многих произведениях Л.Н. Толстой фигурируют пчёлы. Они создают светлый фон повествования, а некоторые проявления современной автору общественной жизни сравниваются в его литературных трудах с укладом пчелиной семьи.

Так, в коротком рассказе «История улья с лубочной крышкой» (1912) Лев Николаевич рассказал о жизни рабочих пчел и трутней, в котором просто и красочно изобразил два социально-враждебных друг другу лагеря: крестьян и их хозяев. Жизнь работников противопоставлена праздному миру дворян. Вот как отзывались трудящиеся о своих господах: «Трубили и кружились без толку над ульями часа четыре и много мешали народу работать. <...> Излучались все, ничего не делая, и тотчас же принялись жрать. Ну да бог с ними» [9, с. 6].

Л.Н. Толстой не раз использовал образ пчелы и в своем самом великом труде – романе-эпопее «Война и мир». В одной из сцен писатель метафорически сравнивает Москву, покинутую жителями перед вступлением в нее Наполеона, с погибающим роem: «Она была пуста, как пустбывает домирающий, обезматочевший улей» [10, с. 834]. Эти строки написаны с большой художественной силой. Они также свидетельствуют о глубоком знании Львом Николаевичем жизни и правил пчелиной семьи.

Л.Н. Толстой также обращается к образу пчелы в романе «Анна Каренина» (1875). Великий русский писатель симпатизирует одному из главных действующих лиц произведения – Константину Левину, которого отчасти отождествляет с собой, поэтому поселяет его в дом с пасекой, которую он часто показывает друзьям.

Примечательно, что в русской поэзии Золотого и Серебряного веков образ «пчелы» является ключевым. Например, у А.А. Фета в стихотворении «Пчелы» (1854), эти насекомые символизируют весну: «Нет, постой же! С тоскою моею здесь расстанусь. Черемуха спит. Ах, опять эти пчелы под нею! И никак я понять не умею, На цветах ли, в ушах ли звенит. [12, с. 114].

Образ пчелы в устойчивом сочетании со словом «роза» был известен под именем Сафо («Муза Плача») и часто фигурировал в поэзии А. Ахматовой, Н. Гумилева и О. Мандельштама.

В наши дни некоторые малоизвестные российские писатели и поэты с удовольствием включают образ пчелы в свои произведения и делают их не только выигрышным повествовательным фоном, но и главными действующими лицами. Так, в книге Александра Ольбика «Дикие пчелы на солнечном берегу» (2009) рассказывается о трудностях и лишениях военного детства, приятной частью которого являются воспоминания о природе и пчелах. В детективном романе Н. Солнцевой «Мантия с золотыми пчелами» (2010) речь идет о поисках древнего артефакта, связанного с именем древнерусской царевны Ксении. В современной сказке В. Копейкина «Машенька и пчелы» (2017) главные герои Маша и Дима превращаются в пчел и испытывают на себе вся тяготы и прелести пчелиной жизни. В военной повести Василий Веденеев «Пчела ужалит завтра» (2015) образы пчелы и пчелиного жала связаны с военным конфликтом, а навеянный всемирной пандемией 2019 года «Укус пчелы» (2020) С. Попова представляет пчел в сниженном виде, так как их смертельный яд может изменить ход человеческой истории.

Наряду с русскими авторами, английские писатели разных столетий также периодически обращались к образу пчелы в своих произведениях. Например, поэт и новеллист, Редьярд Киплинг, в басне «Пчелы и мухи» (1817) высмеивал социальных паразитов. Людей, существующих за чужой счет, поэт изображал в образе надоедливой мухи, которой противопоставлял добрую и трудолюбивую пчелу, символизирующую полезное созидание и честность в работе. Муха, в отличие от пчелы, олицетворяет бессовестную лень, способную разрушить на своем пути все ради удовлетворения своего праздного существования.

В произведении Р. Киплинга «Книга Джунглей» (1967) писатель рассказывает о диких пчелах, которые отличались своенравным характером. В одном из эпизодов медведь учит Маугли, как правильно разговаривать с пчелиным роем, сидящем на дереве. Ведь именно так поступают некоторые пасечники перед тем, как подойти к улью, поэтому «Балу, учитель Закона, преподавал ему Законы Леса и объяснял, как <...> вежливо разговаривать с дикими пчелами, проходя под их сотами, висящими на пятьдесят футов выше его головы...» [4, с. 223].

Другим репрезентативным примером может послужить рассказ А.К. Дойла «Львиная грива» (1926), повествующий об отошедшем от сыскных дел всемирно известном сыщике, который пытается разводить пчел в Суссексе. Увидев однажды Ватсона, прикрывшего лицо сеткой, Шерлок Холм спрашивает доктора, сделал ли он это, чтобы избежать пчелиных укусов, на что его друг иронично отвечает: «Нет, уважаемый, впервые ваш дедуктивный метод вас подвел! <...> Я надел сетку потому, что пчелы меня уже покусали...» [3, с. 182].

Образ пчелы является востребованным и в современной английской литературе. Так, в книге «Гарри Поттер и узник Азкабана» (1999) известной писательницы Дж. Роулинг упоминается о волшебном лакомстве под названием «Пестрые пчелки», которые обожает Гарри, так как эти сладости напоминают ему о беззаботном детстве и не дают грустить: «Я сел на пол и задумался обо всех проблемах, которые выпали на мою долю. Я съел одну конфету, потом другую и сразу почувствовал себя лучше» [8, с. 217].

В центре дебютного антиутопического романа начинающей английской писательницы Лалин Полл «Пчелы» (2018) находится тоталитарное пчелиное общество. Главная героиня – пчела Флора-717, которая является мелким работником низшего уровня в одном из пчелиных ульев. Будучи рабочей пчелой, Флора осознает свою уникальность и пытается раскрыть свой природный потенциал. Хотя сюжет романа довольно захватывающий и динамичный, анализ произведения выявляет некоторые погрешности, связанные со знанием пчелиного образа жизни и организацией их жизненно пространства. Так, пчелиное общество является эусоциальным, а потому ему чужда тирания. Кроме того, рабочие пчелы не могут воспроизводить потомство, а Полл описывает обратное. Тем не менее, «проходя по коридорам и этажам улья», читатель видит его кишасущую работу изнутри: «Каждой пчеле поручались свои камеры для чистки. И хотя никто из них не мог говорить, они скребли в одинаковом ритме, радуясь своей работе» [7, с. 62], восхищается самоотверженностью сестер-пчел, которые максимально уподоблены людям, и проникается сочувствием к ним.

Особый интерес для юной английской аудитории представляет иллюстрированная книга А. Джей «Пчела и я» (2016), которая без единого слова помогает проследить трогательную историю дружбы шмеля и ребенка. Девочка и насекомое совершают головокружительные полеты над городом, которые впоследствии помогают преобразить его. Вера и надежда являются лейтмотивом этого красочного издания, тема нелегкого пчелиного труда является сквозной, но важной. В конце книги маленький читатель может найти ряд интересных фактов о пчелах.

Не только литература, но и другие виды искусства активно используют образ пчелы для реализации самых разнообразных замыслов и проектов.

Например, в геральдике пчела запечатлена на многих известных эмблемах, символизируя собой самые лучшие качества. Среди них: усердие, благоразумие, бдительность, трудолюбие и покорность. Так, в верхней части герба Манчестера можно увидеть семь пчёл, изображенных на фоне земного шара. Такая репрезентация рабочих пчел представляет город как символ развитой промышленности, продукция которого востребована в разных уголках мира.

В российской городской геральдике эмблема улья не только указывает на районы развитого пчеловодства, но и косвенно характеризует их. Например, на гербе города Тамбова изображен улей с тремя золотыми пчелами, взлетевшими в поле, что свидетельствует о сплоченности, бережливости и трудолюбии жителей.

Кроме того, многим русским дворянам разрешалось украшать золотыми пчелами свои фамильные гербы за усердие и прилежание, проявленные на гражданской службе.

Как известно, пчелы запасаются мёдом, а поэтому символизируют экономию и предусмотрительность. По этой причине именно эти насекомые часто изображаются на вывесках банков. Так, некоторое время назад «Экспобанк» и «СКБ-банк» размещали свою рекламу на фоне улья или вылетающих из него пчел.

Образ пчелы также является неизменным атрибутом компании сотовой связи «Билайн», чье оригинальное название – «BeeLine» – состоит из слияния двух английских слов: «bee» («пчела»- англ.) и «line» («линия связи»). Вполне очевидно, что выбранное названия призвано подчеркнуть точность, трудолюбие и исполнительность ее сотрудников.

К образу пчелы обращались и всемирно известные художники. На своих полотнах они находили место этому крохотному, но значимому насекомому, которое символизировало взаимосвязь человека с окружающим миром.

Картина И.И. Шишкина «Пасека в лесу» (1876) служит ярким примером гармоничного воссоединения с природой. На ней изображен крестьянин, стоящий у лесной пасеки. Он терпеливо собирает мёд на поляне. Художник показал жизнь простого русского человека и важность природы в его жизни.

Известный испанский художник-сюрреалист Сальвадор Дали на картине со сложной композицией «Сон, вызванный полётом пчелы вокруг граната, за секунду до пробуждения» (1944) изобразил на переднем плане крошечную пчелу и маленький гранат, находящиеся под телом нагой женщины, выпрямившейся во сне. Насекомое, по мнению некоторых искусствоведов, символизирует змея-искусителя, а фрукт олицетворяет райское яблоко раздора, полученное Евой от Змея-искусителя.

Английские художники-пейзажисты на многих полотнах использовали образ пчелы для создания колорита самого радостного времени года – весны. Так, на картине Джона Кольера «Весна» (1898) мы видим прекрасную девушку, сидящую на зелёном лугу в окружении прекрасных цветов и зелёных трав. На голове у нее венок, рядом пасутся барашки, в воздухе летают золотистые пчёлки. Последние, несомненно, символизируют самую прекрасную пору года, когда всё возрождается к жизни.

В наши дни – в 2021 году – на стенах лондонских домов можно увидеть самые разные изображения пчёл. Именно с помощью граффити уличный художник Луи Масаи Мишель решил привлечь внимание общества к проблеме стремительного исчезновения популяции медоносных пчёл. Ученые утверждают, что, в случае человеческого бездействия, эти насекомые могут исчезнуть с лица земли к 2035 году. Еще Альберт Эйнштейн говорил о том, что если медоносные пчелы, являющиеся важным звеном в цепочке флоры и фауны, исчезнут однажды с лица земли, человечеству будет отмерено не более четырёх лет. Памятуя об этом, Луи вместе с другими уличными художниками организовал проект «Спасите пчёл». Его волонтеры не только доносят существующую проблему до людей с помощью искусства, но и раздают им семена различных цветов для посадки, чтобы каждый лондонец смог принести непосредственную пользу пчелам.

Как видим, образ пчелы в древней, а также классической русской и английской литературе и искусстве занимает одно из центральных мест, являясь многозначным элементом и универсальным положительным символом. Сакральное значение образа пчелы и пчелиного улья связано с понятиями о высоких моральных ценностях, трудолюбию, мудрости, гармонии человека с окружающим миром. Постмодернистские авторы и живописцы, напротив, изображают пчелу в сниженном виде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гомер. Илиада. – М: СЗКЭО, 2019. – 920 с.
2. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М: Русский язык, 1978. – 2736 с.
3. Дойл, А.К. Львиная грива и другие рассказы. – М: Учпедгиз, 1962. – 210. с
4. Киплинг, Р. Книга Джунглей. – М: АСТ, 2016. – 384 с.
5. Медок-пчелы. Пословицы и поговорки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/medokpceely/poslovcy-i-pogovorki>
6. Пасека Л.Н.Толстого [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://paseka.su/books/item/f00/s00/z0000021/st224.shtml>
7. Полл Лалин. Пчелы. – М: Эксмо, 2018. – 252 с.
8. Роулинг, Дж. Гарри Поттер и узник Азкабана. – М: Росмэн, 1999. – 363 с.
9. Толстой, Л.Н. История улья с лубочной крышкой. – М: Издание "Посредника", 1912. –188 с.
10. Толстой, Л.Н. Война и мир. – М: Азбука, 2013. – 1504 с.
11. Тургенев И.С. Отцы и дети. – М: Речь, 2018. – 320 с.
12. Фет, А.А. Лирика. – М.: АСТ: Астрель, 2002. – 152 с.
13. 238 поговорок и пословиц про пчел и мед и пчелы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uchi-lki.ru/poslovcy-i-pogovorki-pro-pchyol-i-myod/>

