

ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИМЯ «БАРБИ» В РУССКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Суценья Е.А.,

*учащаяся 2 курса УО «Несвижский государственный колледж имени Якуба Коласа»,
г. Несвиж, Республика Беларусь*

Научный руководитель – Рацкевич Е.М., преподаватель

Актуальность. Данная работа посвящена описанию функционирования онима «Барби» в русской и американской лингвокультурах и выполнена в русле актуальных исследований по лингвокультурологии.

Феномен куклы Барби на протяжении всей истории её существования неоднократно становился предметом всевозможных дискуссий. Новая волна интереса к этому символу современной американской культуры поднялась на фоне вышедшего в июле 2023 года кинофильма «Барби» режиссёра Греты Гервиг, номинированного на премию Американской академии кинематографических искусств и наук «Оскар».

В то же время в разных культурах Барби вызывала и вызывает различные реакции. Так, об игрушке негативно отзываются религиозные лидеры различных конфессий.

В США Барби считается воплощением американской мечты женщины. Философию Барби её создатель Р.Хэндлер видел в возможности свободы выбора женщины. В дальнейшем эта концепция трансформировалась в философию семьи, а в 90-е гг. XX в. Барби стала частью политического дискурса.

Но кем является Барби для представителей русской лингвокультуры?

Размышления над этим вопросом и были положены в основу нашего исследования.

Таким образом, **целью нашего исследования** стало выявление и описание особенностей функционирования онима «Барби» в русской и американской лингвокультурах, а также установление статуса данного онима в исследуемых лингвокультурах.

Материалом для исследования послужили тексты масс-медиа и социальных сетей, представленные в Национальном корпусе русского языка (<http://www.ruscorpora.ru>), и тексты американских масс-медиа и социальных сетей, представленные в Корпусе английского языка (<https://www.english-corpora.org>). Объём проанализированного материала составил 368 единиц на русском языке и 293 единицы – на английском.

Основные методы исследования: прием направленной выборки иллюстративного материала; семантический анализ; контекстуальный анализ; сопоставительный анализ.

В современной лингвокультурологии **прецедентные имена** рассматриваются как важная часть национальной культуры, которая тесно связана с национальными ценностями и традициями. «Это один из инструментов трансляции «культурной памяти» народа от одного поколения к другому и одновременно способ объединения народа вокруг его культурных ценностей и нравственных идеалов» [2, с.12].

Прецедентные имена (ПИ) – это «широко известные имена собственные, которые используются в тексте не столько для обозначения конкретного человека <...>, сколько в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, событий, судеб» [2, с.4].

Прецедентные имена относят к разновидности прецедентных феноменов (ПФ). Это феномены, известные значительной части представителей лингвокультурного сообщества; актуальные в когнитивном плане; обращение к которым обнаруживается в речи представителей соответствующего лингвокультурного сообщества [1], [2].

В.В. Красных выделяет **три типа ПФ**: социумно-прецедентные (известные любому среднему представителю того или иного социума); национально-прецедентные (феномены, известные любому среднему представителю того или иного национально-лингвокультурного сообщества); универсально-прецедентные (феномены, которые известны среднему современному *homo sapiens*) [1].

Для изучения особенностей функционирования исследуемого феномена нам необходимо было провести анализ текстов масс-медиа и социальных сетей, представленных в Национальном корпусе русского языка и Корпусе английского языка.

В ходе анализа нами было выявлено, что и в русском, и в английском языке наиболее часто реализуется прямое значение **«Барби – кукла»**, а также уточнённое значение **«Барби – игрушка мечты»** и **«Барби – предмет роскоши, кукла не для всех»**: *Caroline used the lessons she learned by saving for a Barbie Dream house as a little girl to help grow a successful creative side hustle!* [<https://www.npr.org/podcasts/947650726/money-memories>]; *А куклу Барби для дочери так и не смог купить.* [ВАРСЕГОВ и ГРАЧЕВА. Виктор Князев: «Мы не ели отравленных конфет от иностранцев!» // Комсомольская правда, 2013.11.13].

В обеих лингвокультурах широко представлено значение **«Барби – эталон красоты, женственности, сексуальности»**: *The film is unabashedly feminine, shot in pinks and blues, with Cassie in a girlish wardrobe fit for a Barbie doll* [<https://jezebel.com/the-deceptive-pleasures-of-promising-young-woman-an-un-1845890024>]; *Иренида, которую друзья за цвет волос и элегантность называют Барби, победила в традиционном конкурсе красоты для пожилых женщин в Сан-Паулу.* [Наталья Радулова. Победительница // Коммерсант, 2013.05.20].

Также в обеих культурах Барби предстаёт **как глупая, пустая**: *...of Sam or Cats seemingly total lack of intelligence. Cat is a walking talking barbie doll* [<https://hellogiggles.com/sam-cat-one-dangerous-shows-tv/>]; – *Теперь не могу Барби, дуру эту, – Маша отвернулась.* [Андрей Клепаков. Онекун // «Волга», 2016].

В русской лингвокультуре представлены значения, имеющие ярко выраженную негативную окраску, аналогов которым мы не обнаружили в американских текстах. Например: **«безликая, стандартизированная Барби»**: *Накручивают прически, закрашивают лица, оголяют ноги, тем самым обворовывая красоту, данную природой, и становясь блеклыми под ярким макияжем, стандартными, как безликие барби на Мисс Вселенная, привлекая таких же безликих кенов для стандартной короткой брачной игры, чтобы, как обычно, обмануться в конце.* [vk (25.05.2016)]; **«бездушная Барби»**: *Женщина должна верить. Иначе нет Её, лишь оболочка, говорящая кукла, если хочешь Барби, хочешь – Мальвина, хочешь – Кейт Мосс...* [Дарья Самородова. Вера (отрывок), 2008 г.].

Зато в американской лингвокультуре **Барби имеет все возможности проявить себя**: *We wonder what Barbie has planned to conquer next? Anything is possible with Barbie* [<https://losangeles.theworldofbarbie.com/>].

Итак, в ходе исследования мы пришли к следующим выводам:

1. Барби является символом современной американской культуры. Образ куклы отражает картину развития американского социума на определённом этапе его развития. Для американской лингвокультуры оним «Барби» может быть отнесён **к национально-прецедентным феноменам**.

2. Частота использования онима Барби достаточно высока и в текстах русской лингвокультуры. Оним «Барби» известен значительной части представителей русского лингвокультурного сообщества; актуален в когнитивном плане; обращение авторов текстов к ониму «Барби» целесообразно. Поэтому считаем оним «Барби» прецедент-

ным именем и для русской лингвокультуры, но относим его к *социумно-прецедентным феноменам*.

3. В функционировании ПИ «Барби» отмечаются определённые расхождения, следовательно, в представлении носителей русского языка ценность Барби несколько иная, чем в представлении американцев, что необходимо учитывать при осуществлении межкультурной коммуникации.

Литература:

1. Красных, В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: Лекц. курс / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
2. Нахимова, Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации: монография / Е.А. Нахимова. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Уральский гос. пед. ун-т», 2007. – 207 с.

ПРОБЛЕМА ФАЛЬСИФИКАЦИИ ИСТОРИИ РОССИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МИРОВОЗЗРЕНИЕ МОЛОДЕЖИ

Тимохина Ю.Д.,

*обучающаяся 2 курса ОГПОУ «Рязанский педагогический колледж»,
г. Рязань, Российская Федерация*

Научный руководитель – Снежкина Е.И., преподаватель

Основным источником получения информации у современной молодежи является Интернет. Зачастую СМИ публикуют ложную информацию, тем самым формируют у подрастающего поколения ложные убеждения и в конце концов мировоззрение. Издательства также не упускают возможности исказить исторические факты, что и ведет к фальсификации истории. Проблема фальсификации истории России для молодежи заключается в том, что искаженное представление об истории страны может привести к искаженному пониманию настоящего и формированию искаженного мировоззрения. Если молодые люди получают недостоверную информацию об истории своей страны, они могут не понимать истинных причин происходящих событий, не разбираться в сложностях политической и социальной ситуации, а также не уважать и не ценить достижения предыдущих поколений. Кроме того, получение недостоверной информации о прошлых событиях России может привести к неправильному пониманию настоящей политической ситуации и предвзятому отношению к другим народам и культурам, а также к разделению общества на группы, которые поддерживают власть, чтят историю и группы с оппозиционными взглядами. Поэтому важно обеспечить молодежь достоверной информацией об истории своей страны, чтобы они могли анализировать прошлое объективно и строить свое будущее на основе знаний и понимания исторических событий.

Существует Общественная Палата Союзного Государства (России и Республики Беларусь), которая одним из направлений своей деятельности ставит недопущение фальсификации общей истории. Члены Общественной Палаты Союзного Государства активно проводят совещания и встречи, где разрабатывают мероприятия, способствующие развитию патриотизма, а также не забывать историю своей страны.

Проблема фальсификации истории России имеет серьезное влияние на мировоззрение молодежи по ряду причин:

1. Искаженное представление о прошлом: если молодежь получает недостоверную информацию об истории своей страны, это может привести к формированию искаженного представления о прошлом. Это, в свою очередь, может повлиять на их ценностные установки, понимание своей роли в обществе и отношение к другим народам и культурам.