

**Издательский дом «Плутон»**

**Журнал о гуманитарных науках «Гуманитарный трактат»**

**ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431**

**УДК 378.001**

III Международная научная конференция  
«Человекознание»

**СБОРНИК СТАТЕЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

ISSN 2500-1159

08 октября 2016

Кемерово

СБОРНИК СТАТЕЙ ТРЕТЬЕЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
«ЧЕЛОВЕКОЗНАНИЕ»

08 октября 2016 г.

**ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431**

ISSN 2500-1159

Кемерово УДК 378.001. Сборник статей студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава. По результатам III Международной научной конференции «Человекознание», 08 октября 2016 г. / Редкол.:

П.И. Никитин (глав. редактор)

О.В. Шмакова (редактор, рецензор)

Т.С. Хоботкова (редактор, рецензор)

Л.Г. Шутько (редактор, рецензор)

А.О. Сергеева (ответственный администратор)[и др.];

Кемерово 2016

В сборнике представлены материалы докладов по результатам научной конференции.

Цель – привлечение студентов к научной деятельности, формирование навыков выполнения научно-исследовательских работ, развитие инициативы в учебе и будущей деятельности в условиях рыночной экономики.

Для студентов, молодых ученых и преподавателей вузов.

## Оглавление

1. ПОДХОДЫ К ПЕРЕВОДУ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ И АВТОРСКИХ  
ОККАЗИОНАЛИЗМОВ В СЕРИИ РОМАНОВ ДЖ.К. РОУЛИНГ О ГАРРИ  
ПОТТЕРЕ.....4  
**Гайдук Т.В.**
2. «ПАЛЫ» П.П. ЕРШОВА: АНАЛИЗ ОДНОГО СТИХОТВОРЕНИЯ  
.....9  
**Пятков С.С.**
3. ЦВЕТ КАК ФАКТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА  
ПОКУПАТЕЛЯ.....13  
**Румянцева Ю.С., Куликова Е.С.**
4. THE DEVELOPING PERSPECTIVES OF SOCIAL NETWORKS IN UZBEKISTAN.....16  
**Esemuratova S.A.**

**Гайдук Татьяна Валерьевна**

Студентка 1 курса магистратуры филологического факультета Московского педагогического государственного университета (направление подготовки «Зарубежная литература в контексте культуры»). E-mail: [princessai-13@mail.ru](mailto:princessai-13@mail.ru)

УДК 811.111

### **ПОДХОДЫ К ПЕРЕВОДУ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ И АВТОРСКИХ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ В СЕРИИ РОМАНОВ ДЖ.К. РОУЛИНГ О ГАРРИ ПОТТЕРЕ**

В начале XXI века все мировые СМИ писали о великой книге тысячелетия, о сказке, которая свела планету с ума. Сегодня вряд ли на свете найдется человек, который не слышал имени Гарри Поттера. Спустя несколько лет после написания первой книги из серии произведение Джоан Роулинг уже называли классикой. Книги английской писательницы приравнивали к рогу изобилия, который полон удивительных, фантастических вещей.

На сегодняшний день было продано более 400 миллионов экземпляров романов о Гарри Поттере, что делает серию книг наиболее продаваемой в истории [12]. Сказка о мальчике-волшебнике была переведена на 67 языков [11].

Многие до сих пор задаются вопросом, что привело к подобной популярности Гарри Поттера. Однозначного ответа быть не может, однако имеет смысл говорить о том, что в большей степени читателя в романах привлекает его жанр – фэнтези. Именно он позволяет людям узнать о том, чего не встретишь в обычной жизни: о магии, о фантастических существах, о волшебных артефактах и пр. В связи с этим интересным представляется то, какие подходы при переводе имен собственных, а также авторских окказионализмов применяли переводчики, удалось ли им сохранить «легкий» [6] язык Дж.К. Роулинг и передать все те смыслы, которые автор вкладывала в свои произведения.

Имена собственные в современном языкознании используются для «выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект» [10, 473]. К именам собственным относят имена людей, богов и животных, названия народностей, географические и другие названия (например, названия праздников, торговых марок, произведений искусства и др.)

Существует несколько подходов к переводу имен собственных. В рамках нашего исследования мы будем опираться на следующие:

- транскрипция – перевод на уровне фонем [5];
- транслитерация – перевод на уровне графем [5];
- транспозиция – по принципу этимологического соответствия [7];
- калька – заимствование путем буквального перевода [8];
- полукалька – сочетание калькирования и транскрипции/транслитерации [1];
- уподобляющий перевод – подбор функционального эквивалента [1];
- создание неологизмов.

В литературных произведениях жанра фэнтези или фантастики автору невозможно обойтись без окказионализмов (авторских новообразований). Окказионализмы «создают некий воображаемый мир, показывают ту или иную действительность, пытаются произвести на читателя определенное эмоциональное или эстетическое впечатление» [3, 114]. Традицию использования индивидуально-авторских слов в фэнтезийном жанре в середине XX века заложил Дж.Р.Р. Толкин, а Дж.К. Роулинг ее продолжила.

Природа возникновения окказионализмов также является основной трудностью при

подходе к их переводу. В нашем исследовании мы будем опираться на шесть способов перевода авторских словообразований:

- транслитерация;
- калькирование;
- описательный перевод – толкование значения слова [1];
- уподобляющий перевод;
- опущение – метод, прямо противоположный добавлению [2];
- создание неологизмов.

Анализ подходов к переводу имен собственных и авторских окказионализмов мы провели на основе перевода романов о Гарри Поттере М. Литвиновой, издательства «Росмэн», – фактически первого официального перевода серии на русский язык, наиболее любимого у читателей, но, в то же время, часто подвергающегося критике со стороны последних.

В романах Дж.К. Роулинг можно выделить пять основных групп слов, к которым относятся имена собственные и авторские окказионализмы:

- 1) географические названия (локации);
- 2) имена и фамилии персонажей (в том числе клички животных и имена существ);
- 3) названия существ;
- 4) заклинания;
- 5) магические термины и предметы.

Рассмотрим подробнее подходы к переводу слов из каждой группы.

Хогвартс (Hogwarts) – название школы, в которой учатся главные герои, переведено методом транскрибирования, что не лишает название скрытого смысла. Подобно названиям локаций Хогсмид (Hogsmeade) и «Кабанья голова» («Hog's Head») название школы содержит корень «hog» – вепрь, кабан. Если же поменять две части слова местами, то получится warthog – африканский дикий кабан, бородавочник. Кабан – «первобытный символ силы, наглой агрессии, беззаветной храбрости практически во всей Северной Европе и в кельтской традиции, где вепрь был общепринятым символом воинов» [9, 23]. Переводчики предпочли сохранить колорит слова Хогвартс, прибегнув к транскрибированию. Это можно объяснить тем, что русский читатель не воспримет отсылки к древней европейской языковой традиции.

К методу транскрибирования М. Литвинова также прибегает в случае перевода названий таких локаций, как Визенгамот (Wizengamot) – верховный суд магов Великобритании, волшебный банк «Гринготтс» («Gringotts»), тюрьмы Нурменград (Nurmengard) и Азкабан (Azkaban), школа волшебства Дурмстранг (Durmstrang).

Большинство географических названий (локаций), упоминаемых в романах, переведено при помощи методов кальки и полукальки: Косой Переулок (Diagon Alley), Годрикова Впадина (Godric's Hollow), Больница Св. Мунго (St Mungo's Hospital), Выручай-комната (Room of Requirement), Запретный лес (Forbidden Forest), Нора (The Burrow), «Дырявый котел» (The Leaky Cauldron), Визжащая хижина (Shrieking Shack), Лютный переулок (Knockturn Alley), Паучий тупик (Spinner's End) и др.

Реже М. Литвинова прибегает в переводе к методу транспозиции: французская школа магии Шармбатон (Beauxbatons), кондитерская «Сладкое королевство» («Honeydukes»), Тисовая улица (Privet Drive), магазин шуточных товаров близнецов Уизли «Всевозможные волшебные вредилки» («Weasleys' Wizard Wheezes»). Что касается магазина братьев Уизли, и Роулинг, и переводчики придерживаются здесь излюбленного приема писательницы – единоначатия.

Основной пласт имен собственных в гепталогии составляют имена персонажей. В большинстве случаев они переведены способом транскрибирования и транслитерации: Гарри Поттер (Harry Potter), Гермиона Грейнджер (Hermione Granger), Сириус Блэк (Sirius

Black), Долорес Амбридж (Dolores Umbridge), Альбус Дамблдор (Albus Dumbledore), Рубеус Хагрид (Rubeus Hagrid), Том Реддл (Tom Riddle), Лаванда Браун (Lavender Brown), Барти Крауч (Barty Crouch), Нимфадора Тонкс (Nymphadora Tonks), Нагайна (Nagini), Добби (Dobby), Пивз (Peeves), Арагог (Aragog) и т.д.

Однако такой подход к переводу не значит, что при желании эти имена собственные нельзя было бы перевести методом кальки/полукальки. Так, фамилия Нимфадоры Тонкс в дословном переводе означает «глупец», «простофиля», что можно считать намеком на неуклюжесть героини. Фамилия Барти Крауча переводится, как «пресмыкаться», «заискивать» (поклонение Крауча-младшего перед Волан-де-Мортом или заискивание Крауча-старшего перед начальством в попытке подняться по карьерной лестнице). Имя полтергейста Пивза можно перевести, как производную от глагола to peeve – «раздражать, выводить из себя». Фамилия Тома Реддла в переводе с английского означает «загадка»: впервые с этим именем Гарри Поттер сталкивается во втором романе серии – «Гарри Поттер и тайная комната», – Реддл оказывается человеком, у которого есть ответы на все вопросы, собственно, он сам и является разгадкой большинства тайн. Интересно, что в имени Тома Реддла Роулинг также использует анаграмму: Том Нарволо Реддл – Лорд Волан-де-Морт (Tom Marvolo Riddle – I am Lord Voldemort). При переводе первая буква второго имени Реддла была изменена для сохранения анаграммы.

Тем не менее к методам кальки и полукальки М. Литвинова при переводе имен и фамилий прибегает довольно часто: Кандида Когтевран (Rowena Ravenclaw) – основательница факультета с орлом на гербе, Плакса Миртл (Moaning Myrtle) – вечно плачущее привидение, Филлида Спора (Phyllida Spore) – автор учебника «1000 магических растений и грибов», Помона Стебль (Pomona Sprout) – преподаватель травологии, Струпьяр (Scabior) – егерь, Крюкохват (Griphook) – гоблин, Роланда Трюк (Rolanda Hooch) – преподаватель полетов на метле, Жиг Мышьякофф (Arsenius Jigger) – автор учебника по зельеварению и др.

Некоторые имена были переведены методом транспозиции: Полумна Лавгуд (Luna Lovegood), Северус Снегг (Severus Snape), Кикимер (Kreacher), Невилл Долгопупс (Neville Longbottom), Златопуст Локонс (Gilderoy Lockhart), Аластор «Грозный Глаз» Грюм (Alastor «Mad-Eye» Moody) и др.

Названия различных существ в серии романов Дж.К. Роулинг можно разделить на две группы: классические для мирового фольклора и авторские. Перевод названий, принадлежащих к первой категории, устоявшийся: василиск (basilisk), гиппогриф (hippogriff), дракон (dragon), единорог (unicorn), йети (yeti), каппа (kappa), лепреккон (leprechaun), оборотень (werewolf), саламандра (salamander), тролль (troll), феникс (phoenix), химера (chimaera), вампир (vampire), гоблин (goblin), сфинкс (sphinx), банши (banshee), полтергейст (poltergeist) и т.д. Очевидно, что методы транскрипции и транслитерации не смогут донести до читателя, не знающего язык оригинала, смысл названия, поэтому при переводе названий существ, являющихся авторскими окказионализмами, чаще всего переводчики прибегают к методам кальки/полукальки и транспозиции: штырехвост (nogtail), глизень (streeler), веретеница (billywig), болтрушайка (jobberknoll), дромарог (graphorn), жмыр (kneazle), карликовый пушистик (puffskein), красный колпак (red cap), лукотрус (bowtruckle), мозгошмыг (wrackspurts), морщерогий кизляк (crumple-horned snorkack), пятиног (quintaped) и др.

Также среди придуманных Роулинг существ следует выделить инфернала (inferius), фестрала (thestral) и дементора (dementor) – в первых двух случаях перевод осуществляется методом транслитерации, в третьем – методом транскрипции, хотя в этой ситуации, не зная языка, сложно понять смысл названий (например, инфернал – оживленный при помощи заклинания труп, от лат. inferi – «подземный мир»; дементор – существо, питающееся человеческими эмоциями, от англ. dement – «сводить с ума» и tormentor – «мучитель»).

Следующий пласт лексики, часто встречающийся в романах о Гарри Поттере – это заклинания.

Большинство заклинаний у Роулинг – это производные от латинских слов, которые М. Литвинова перевела методами транскрипции и транслитерации. Например, Авис (от лат. avis – «птица») – создает птиц, Агуаменти (от лат. aqua – «вода» и mente – «разум») – материализует воду, Глиссео (от лат. glissee – «скользить») – создает идеально гладкую поверхность, Депульсо (от лат. depulsio – «отталкивать») – отбрасывающие чары, Диффиндо (от лат. diffindo – «разбивать», «расщеплять») – режущее заклинание, Мобилиарбус (от лат. mobilis – «движимый» и arbor – «деревянный») – заставляет деревянные предметы летать, Протего (от лат. protego – «защищать») – щитовые чары и т.д.

Однако в тексте присутствуют и такие заклинания, которые были переведены дословно, методом кальки: Остолбеней (Stupefy), Ешь слизней (Eat slugs), Затмись (Obscure), Оглохни (Muffliato), Вспыхни (Confringo), Воздвигнись (Erecto), Обезьяз (Langlock) и др.

Наконец, последнюю группу имен собственных и авторских окказионализмов в гепталогии Дж.К. Роулинг составляют магические термины и названия предметов. В этой категории лексики, так же как и в случае с названиями существ, присутствует множество новообразований писательницы, таких как маховик времени (time-turner), омут памяти (pensieve), исчезательный шкаф (vanishing cabinet), громовещатель (howler), бладжер (bludger), снитч (snitch), квоффл (quaffle), квиддич (quidditch), напоминалка (remembrall), делюминатор (put-outer), летучий порошок (floo powder), обнаружитель (revealer), омнинокль (omnioculars), удлинитель ушей (extendable ears), окклюменция (occlumency), трансгрессия (apparition), легилименция (legilimency), магл (muggle), крестраж (horcrux), галлеон (galleon), сикль (sickle) и др. Как мы видим, при переводе большинства окказионализмов М. Литвинова все так же прибегает к методам транскрипции, транслитерации, кальки/полукальки и транспозиции. Однако здесь мы впервые сталкиваемся и с методом перевода подбором неологизмов (например, трансгрессия, крестраж, громовещатель, омут памяти).

Нора Галь, приводя примеры из Марка Твена, отмечает: «Читатель не так много потеряет, не узнав, что селение Хоукай – это Ястребиный глаз: ну, еще одна живописная черточка, не более того. Но вот городок называется Мирная обитель или Коррупция – это уже не пустяк. Оставить Сент-Рест или Корапшен вместо хотя бы Корыстенвил – значит обокрасть читателя» [4, 88].

Перевод серии романов о Гарри Поттере издательством РОСМЭН сочетает в себе как говорящие названия, так и транскрипцию тех или иных имен собственных и авторских окказионализмов. Часть названий, по нашему мнению, переведена удачно, например, Полумна Лавгуд, «Всевозможные волшебные вредилки», Косой Переулок, Плакса Миртл, мозгошмыг, Обезьяз, громовещатель – эти переводы в полной мере передают смысл и характер предметов, существ, персонажей, заклинаний. Однако мы столкнулись и с менее удачными вариантами перевода, такими как Невилл Долгопупс, Кандида Когтевран, Северус Снегг, делюминатор – в этих случаях переводчикам лучше было воспользоваться методом транскрипции, а не кальки, которая привнесла не те смыслы, которые были заложены автором и, следовательно, сделала имена и названия более сложными для восприятия.

### **Литература:**

1. Алексеева Е. Проблемы перевода имен собственных в произведении Дж.К. Роулинг «Гарри Поттер». – Тольятти, 2015.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод. – М., 1975.
3. Васеева А.С., Мымрина Д.Ф. Окказионализмы в художественном тексте: способы образования и особенности перевода (на материале произведений Стивена Кинга) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. – 2014. – №1 (31).
4. [Галь Н. Слово живое и мертвое](#). – М., 2001.
5. Гарбовский Н.К. Теория перевода. – М., 2004.

6. «Гарри Поттер һәм Фэлсэфэ ташы»: трудности перевода // АТИ-TIMES: обзорно-аналитический проект Татар-информ. URL: <http://ati-times.tatar-inform.ru/news/culture/29385059/> (дата обращения: 03.08.2015).
7. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. – М., 2001.
8. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М., 1990.
9. Федорова Л.И. Интерпретация знаковых символов в фантастических произведениях // [Культура. Духовность. Общество.](#) – 2015. – №19.
10. Языкознание // Большой энциклопедический словарь. – М., 1998.
11. Harry Potter breaks 400m in sales // theguardian. URL: <http://www.theguardian.com/business/2008/jun/18/harrypotter.artsandentertainment> (дата обращения: 18.06.2008).
12. Potter tops 400 million sales // THE BOOKSELLER. URL: <http://www.thebookseller.com/news/potter-tops-400-million-sales> (дата обращения: 17.06.2008).

УДК 800

### **«ПАЛЫ» П.П. ЕРШОВА: АНАЛИЗ ОДНОГО СТИХОТВОРЕНИЯ**

Поэтические тексты «малой формы» сибирского поэта П.П. Ершова (1815 – 1869), автора всемирно известной литературной сказки «Конек-Горбунок», лишь недавно начали активно входить в научный оборот. Прежде его стихотворному наследию (в силу атеистических установок, без проведения специальных, системно-целостных анализов) давали следующие характеристики: «творчество Петра Павловича Ершова было во многом противоречивым, его мировоззрение – нечетким, а мастерство – неровным <...>» [8, 286]. Однако новейшие исследования радикальным образом переоценивают поэтику его текстов, иллюстрируют самобытность поэтического дарования художника, стремясь не исказить его духовный строй [2; 4; 5; 7; 8; 9; 11]. Данная работа выполнена в рамках такой аналитической тенденции.

Обратимся к стихотворению П.П. Ершова, которое называется «Палы» [1, 318-320]:

#### **Палы**

1. Ночь простерта над лугами;
2. Серой тенью брезжит лес,
3. И задернут облаками
4. Бледный свет ночных небес.
  
5. Тройка борзая несется,
6. Дремлют возчик и ездок,
7. Только звонко раздается
8. Оглушительный звонок.
  
9. Мрак полночи, глушь пустыни,
10. Заунывный бой звонка,
11. Омраченные картины,
12. Без рассвета облака, -
  
13. Все наводит грусть на душу,
14. Все тревожит мой покой
15. И холодной думой тушит
16. Проблеск мысли огневой.
  
17. Вдруг блеснуло на поляне...
18. Что так рано рассвело?
19. То не месяц ли в тумане?
20. Не горит ли где село?
  
21. Тройка дальше. Свет яснее;
22. Брызжут искры здесь и там;
23. Круг огня стает полнее
24. И скользит по облакам.
  
25. Миг еще – и пламя встало

26. Грозно-огненной стеной  
27. И далеко разметало  
28. Отсвет зарева живой.
29. И на ярком покрывале,  
30. Будто жители гробов,  
31. Заходили, задрожали  
32. Тени черные лесов.
33. Дальше! Дальше! Блеск пожара  
34. Очи слабые слепит;  
35. Ветер дышит пылом жара,  
36. Дымом, пламенем клубит.
37. Стой, ямщик! Ни шагу дале!  
38. ....  
39. И тревожно кони встали,  
40. Роя землю и храпя.  
*1840 (?)*

Примечательно, что, как указывает исследователь [2], сам П.П. Ершов не объединял свои лирические тексты («Один, спокоен, молчалив...», «Природа скрыта в ризе ночи...», «Блеща жаркими лучами...», «Палы», «Чудесный храм», «Была пора: глубокой темнотой...», «Панихида», «Благовещение»), написанные им под впечатлением от поездок в Ивановское, в цикл под названием «Отрывки». Это было сделано позднее составителями сборников произведений поэта, которые, вероятно, руководствовались незавершенностью названных стихотворений. Об эскизности как основании для их объединения говорит и впервые напечатанный данный условный цикл в полном объеме В.П. Зверев: «безусловно, это преимущественно не отшлифованные до конца сочинения, напоминающие лирические эскизы, наброски стихотворений, которые могли бы быть объединены в завершённый цикл, подобный "Моей поездке"» [2].

Отметим, что конститутивным принципом становления поэтики текстов сибирского художника является специфика его сознания, мироощущения, являющегося христианским, религиозным [2; 4; 7; 8; 9; 11]. Кроме того, специалистами выявлено, что духовная тематика находит отражение и в условном цикле «Отрывки», в который входят «Палы» [9, 38], поэтому рассмотрение данного поэтического текста с учетом указанных выше тезисов вполне осуществимо. Итак, тематическое развитие в «Палах» представляется гетерогенным: в первых четырех строфах (с первой по шестнадцатую строку) изображается ночное пространство, специфическое состояние которого дает импульс к рефлексии лирического героя. В обозначенном условном тематическом сегменте обращает на себя внимание субъектная организация: в первых двух строфах неличный субъект повествования, описывая картину, в которой и «возчик», и «ездок» являются объектами, абстрагирован и «всеведущ», тогда как в третьей и четвертой строфе он обретает вполне конкретные черты «ездока». Такое художественное решение призвано, помимо динамизации значительной стиховой массы, проиллюстрировать объективность описания, в центре которого – унылый ночной пейзаж (обратим внимание и на следующее художественное решение: в данном «объективно» представленном описании отсутствует эмоционально-оценочная лексика, тогда как в следующих двух строфах иллюстрируются «омраченные картины» и уже не упоминаются указанные ранее пространственные ориентиры («луга» и «лес» заменяются «пустыней», очевидно имеющей библейскую семантику), а бой «звонка», который «звонко раздаётся» сначала, становится «заунывным»), фиксируемый мертвым, лишенным жизни, пребывающим во мраке, а следовательно, не созерцаемый и не управляемый богом, ведь в

нем нет света («И задернут облаками / Бледный свет ночных небес», «Без рассвета облака»), олицетворяющего божественное присутствие. Благодаря совокупности эффекта «объективности» первых строф и «авторитетной» оценки, данной субъектом, характеризуемым романтической исключительностью, в третьей и четвертой строфе, изображаемое представляется нормальным, обыкновенным состоянием жизни, мира. Лирический герой, контрастируя с окружающим пространством, мыслит и осознает себя в рамках романтической направленности, подчеркивая свою, как было отмечено ранее, избранность за счет обозначения доступа к высшему началу, которым он обладает («И холодной думой тушит / Проблеск мысли огневой»). Именно «огневая» мысль, т.е. имеющая ту же природу, что и явление, показанное далее, иллюстрирует потенциальную возможность лирического субъекта стихотворения «Палы» познать Истину, Тайну.

С семнадцатой по сороковую строку в «Палах» представлено изображение необычайного явления, которое наблюдает субъект, а также его реакция на него. Внезапно появившийся огонь окутывает окружающее пространство, соединяется с небом («И скользит по облакам»), однако лирический герой не собирается останавливаться и призывает ямщика ехать навстречу огню («Дальше! Дальше!»). Образ огня в поэтике данного произведения имеет смысл сакральный, ведь он образует один из полюсов антитезы, которая лежит в основе данного текста и реализуется за счет противопоставления «не свет – свет», или, шире, – «не жизнь – жизнь»: «Тройка дальше. Свет яснее...», «И далеко разметало / Отсвет зарева живой». В христианской культуре символика огня имеет важнейшее значение: это не только один из способов физического воплощения бога, но и важнейший символ веры, ведь только действительно верующий человек обладает особой теплотой сердца, так называемой «горячей верой». Однако «огрубевшая плоть служит препятствием к уразумению истины, препятствием на пути к ней является и греховная помраченность ума, тогда как подобное познается подобным, Свет – светом, помраченное же не может вынести сияния Света» [6, 71]. Лирический субъект стремится к огню, к свету, стремится познать бога, однако «блеск пожара» слепит его «слабые очи», и он, пребывая в пространстве мрака, осознает всю невозможность познания высшего начала и приказывает ямщику остановиться: «Стой, ямщик! Ни шагу дале!». Отметим, что в финальной строфе вторая строка, пунктуационно оформленная отточиями, будучи «эквивалентом текста» (Ю.Н. Тынянов), играет роль особого лирического умолчания, «сообщая стихотворению добавочный элемент художественной выразительности» [3, 229]. Данный прием служит выражением отчаяния и скорби лирического субъекта, столкнувшегося с невозможностью осуществить желаемое.

Очевидно, что в своем художественном тексте Ершов реализует типичную для христианского мышления структуру мироздания, основанную на антиномичных категориях «тьма» и «свет», диалектически взаимодействующих друг с другом. «Палы» являются эманацией божественного начала на земле, они противопоставлены ночному пространству – пространству вне бога. Субъект в стихотворении Ершова не выходит за рамки мифологического мировосприятия, рассматривая все происходящее не земле сквозь призму христианской этики и аксиологии («Итак, если вы воскресли со Христом, то ищите горнего, где Христос сидит одесную Бога; о горнем помышляйте, а не о земном. Ибо вы умерли, и жизнь ваша сокрыта со Христом в Боге» [Послание к Колоссянам, 3:1-3]).

### Список литературы:

1. Ершов П.П. Конек-Горбунок: Избранные произведения и письма / Сост., подгот. текстов, вступ. ст. и примеч. В.П. Зверева. – М.: Парад; БИБКОМ, 2005. – 624 с.
2. Зверев В.П. Религиозные мотивы лирики П.П. Ершова [Электронный ресурс]: URL <http://www.portal-slovo.ru/philology/37119.php>
3. Квятковский А.П. Словарь поэтических терминов. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2014. – 240 с.

4. Комаров С.А. «Конек-Горбунок» П.П. Ершова: место в культуре и культура замысла // Творчество П.П. Ершова: сказка и стих: коллективная моногр. / отв. ред. С.А. Комаров. – Ишим: Изд-во ИГПИ им. П.П. Ершова, 2013. – С. 4 – 42.
5. Комаров С.А. Наследие писателя и современный урок (навстречу Петру Ершову) // Комаров С.А., Лагунова О.К. Литература Сибири: миссия, этничность, аксиология. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2016. – С.183 – 189.
6. Кошемчук Т.А. Русская поэзия в контексте православной культуры. – СПб.: Наука, 2006. – 639 с.
7. Савченкова Т.П. Петр Павлович Ершов (1815-1869): Архивные находки и библиографические разыскания. – Ишим: Изд-во ИГПИ им. П.П. Ершова, 2011. – 344 с.
8. Савченкова Т.П. Петр Павлович Ершов и православие (К 190-летию со дня рождения) [Электронный ресурс]: URL <http://www.ihtus.ru/52005/c2.shtml>
9. Сильченко Г.В. Литературное творчество П.П. Ершова: Аспекты поэтики / Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Ишим, 2012. – 211 с.
10. Утков В.Г. П.П. Ершов // Очерки истории русской литературы Сибири: В 2 т. Новосибирск: Наука, 1982. Т.1. С. 276 – 286.
11. Устинова В.А. Православный контекст темы творчества в поэзии П.П. Ершова // Ершовский сборник. – Ишим: Изд-во ИГПИ им. П.П. Ершова, 2010. – Вып. 6. – С. 63 – 70.

**Румянцева Юлия Сергеевна**

**Научный руководитель: Куликова Елена Сергеевна**, доцент

Институт международных связей «ЧОУ ВО ИМС», кафедра международных связей.

Город Екатеринбург. E-mail: [Rumyantseva30492@mail.ru](mailto:Rumyantseva30492@mail.ru)

УДК 159.931

## **ЦВЕТ КАК ФАКТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОКУПАТЕЛЯ**

Одним из важных факторов воздействия на покупателя является цвет. Он является важным звеном в цепи невербального общения, поскольку может вызывать определенные эмоциональную реакцию.

Удачное цветовое оформление интерьера привлекает покупателей, создает особую атмосферу, способствует комфортному времяпрепровождению. Согласно результатам, полученным в ходе многочисленных психологических экспериментов, ученые сделали вывод, что цвет определенным образом влияет на восприятие человеком веса тела, температуры помещения и удаленности объекта. Также установлено, что уравновешенная в цветовом отношении среда привлекает, создает творческую атмосферу, успокаивает и улучшает общение людей между собой. Цвета обращаются к чувствам человека.

Как показывают специальные исследования, 80% цвета и света «поглощаются» нервной системой и только 20% — зрением. Между цветовым решением рекламы и естественным восприятием человека существует определенная зависимость. Достоверно установлено, что каждый цвет вызывает подсознательные ассоциации и эмоции.

Цвета ахроматической оси:

Белый — холодный и чистый цвет. Он хорош тем, что не несет никаких неприятных ощущений и служит отличным фоном для хроматических цветов.

Черный — цвет само погружения, с ним приходит ощущение одиночества и изоляции от окружающего мира. Черный цвет часто становится символом неприятия окружающей действительности, стремления к конфликту. Однако, как и белый цвет, служит хорошим фоном для хроматических цветов, которые, взаимодействуя с ним, усиливают свои свойства.

Серый — нейтральный цвет. Создает ощущение стабильности, побуждает человека к скромности, сдержанности.

Цвета хроматической оси:

Красный — настраивает на решительность, активность. Он направляет человека на внешний мир, вызывает возбуждение, волнение, беспокойство, желание совершить тот или иной поступок.

Розовый — под влиянием белого утрачивает активность, напор и сексуальность. Это цвет духовной любви и радости, он усиливает чувства, делает людей более внимательными, ласковыми и чуткими.

Коричневый — концентрирует на телесных ощущениях, обыденности и повседневности. Этот цвет является символом животного начала в человеке, бегства от духовных исканий. Выражает зависимость человека от общества. Вызывает ощущение стабильности.

Оранжевый — самый теплый и энергичный цвет, жизнерадостный и импульсивный, дает оптимистический тонус, создает чувство благополучия.

Желтый — цвет открытости, целеустремленности. Он не только настраивает на коммуникабельность, но и помогает придать уравновешенность эмоциям, обрести внутреннее спокойствие, кроме того, способен «наделить» предмет интеллектом. Привлекает внимание и сохраняется в памяти дольше, чем другие цвета. Однако этот цвет может вызвать ощущение доступности, легкомысленности, изменчивости.

Темно-желтый — утрачивает под влиянием черного одухотворенность, становится

похожим на коричневый. Это цвет ревности, недоверия.

Светло-желтый (лимонный) — холодный, вызывает чувство незначительности, бесцветности.

Золотистый — олицетворяет стремление к власти и демонстрации своего превосходства.

Зеленый — воспринимается как свежий и влажный. Цвет природы, в нем сочетаются сила и равновесие. Оказывает расслабляющее, уравнивающее воздействие.

Желто-зеленый — ассоциируется с ранней весной, надеждой и потенциалом.

Сине-зеленый — цвет сознания и рациональности. Символизирует напряжение воли, контроль над эмоциями.

Синий — олицетворяет отказ от желаний, покорность, милость, доверие. Этот цвет создает ощущение внутренней силы и гармонии, помогает сконцентрироваться, успокоиться.

Голубой — цвет мира и всеобщей гармонии, исключительно духовный, не чувственный.

Бирюзовый — холодный цвет, однако при сочетании с красным становится нейтральным.

Фиолетовый — цвет внутренней сосредоточенности. Этот цвет считается цветом магии, интуитивного мышления.

Таким образом, зная какие эмоции вызывают те или иные цвета, можно с помощью их комбинации добиться той или иной необходимой нам эмоциональной реакции.

За одно посещение магазина покупатель в среднем прочитывает восемь слов. Разговор на языке цветов и форм намного эффективнее - около 66% внимания люди уделяют именно цвету. Цвет и форма являются ключом к узнаваемости товара на полке.

С точки зрения психологической эффективности наиболее удачны желтый, бирюзовый, сине-фиолетовый и рубиновый цвета. Обычно рекомендуется применять в рекламных целях не более двух разных цветов.

Рассмотрим использование цвета известными фирмами и брендами в продвижении их продукции:

Черный цвет в логотипе используют такие известные фирмы и бренды как «Adidas», «Chanel». Он символизирует власть и популярен в качестве индикатора мощи компании. Простота, с которой использован черный цвет в логотипе указывает на уверенную позицию на рынке. В качестве отдельных элементов стиля, он предназначен для демонстрации непоколебимости и опыта. В целом, подходит для брендов с мировой популярностью, серьезных брендов. Также может использоваться в логотипах с мистической направленностью и традиционном классическом простом стиле. Этот цвет подразумевает существование уверенных позиций компании на рынке и поэтому используется там, где уже не требуется привлечение внимания со стороны клиентов.

Серый цвет имеет нейтральный оттенок, немного холодный и поэтому довольно часто встречается в логотипах в связи со своей отличной способностью работать со многими другими цветами. Однако, по значению он очень сильно приближен к символизму черного цвета. В варианте одного оттенка, серый часто присущ крупным, уверенным в себе компаниям, таким как «Apple» услуги которых на рынке уже не вызывают сомнения. Он демонстрирует авторитет и скромность одновременно.

Все в мире знают «Макдональдс». Крупнейшая сеть, филиалы которой есть по всему миру. Они используют в своем логотипе желтый цвет. Он может создать конфликтное послание клиенту. Яркий и очень визуально заметный, желтый тон часто используется в логотипах для привлечения внимания. Солнечную палитру в чистом виде вообще лучше не использовать в логотипах и обязательно разбавлять ее дополнительными элементами.

Фиолетовый цвет подразумевает королевский стиль, нечто мистически духовное и изысканное. Так как фиолетовая палитра образуется путем сочетания красного и

голубого, она воплощает в себе и тепло и холод. Очень хорошо подходит для образовательных центров, товаров роскоши, продукции и услуг класса люкс. Фиолетовые оттенки символизируют дороговизну, благородство, царственность, духовность, изысканность и грациозность. Фиолетовый цвет используется как основной в логотипе бренда «Hallmark»

Все эти фирмы уже состоялись на рынке, их знают и узнают. Но это совсем не значит то что необходимо выбрать один определенный цвет и придерживаться стереотипам. Существует огромное количество крупных корпораций, которые издавна пользовались простым черным логотипом, а с появлением конкурентов, меняли свою цветовую гамму на более заманчивую для клиентов. Некоторые не меняют основной цвет, но используют разные цветовые схемы в различных рекламных компаниях в зависимости от целей и задач.

У каждого народа найдется свое обозначение разных цветов, и не всегда оно будет совпадать с нашим пониманием. Об этом необходимо помнить посещая эти страны, или же когда вы пытаетесь продвинуть свою продукцию на их рынок. Так, например, во многих странах белый обозначает чистоту, безгрешность, торжественность, однако на Востоке он символизирует траур, печаль, болезни. Многие жители Китая, Индии и Японии не понимают, почему европейки выбирают на такое радостное событие, как свадьба, белые подвенечные наряды. В то же время черный цвет на Востоке имеет только положительное значение, он олицетворяет любовь, счастливый брак и семейное счастье, когда у нас этот цвет обозначает, траур, боль и скорбь.

На своем примере могу сказать, что работаю в очень крупной компании, известной не только на территории Свердловской области, но и в других регионах нашей страны. Интерьер в офисах компании, вся наружная реклама, и многое другое все сделано в красно – белой гамме цветов, что одновременно служит и спокойным белым тоном, клиент ощущает равновесие, и также красный цвет, который дает решительность и направляет клиента к покупке. При создании бренда это была выигрышная комбинация цветов.

Таким образом, выбор цвета для продукта или же для бренда очень важен. Он может существенно повлиять на лояльность покупателя, и его предрасположенность. Для этого нам и необходимо учитывать цвета с точки зрения психологии, насколько они сочетаемы между собой, и особенности цветов той или иной страны если вы хотите выйти на зарубежный рынок.

#### **Список литературы:**

1. Интернет ресурс: [www.sci-article.ru](http://www.sci-article.ru)
2. Р. Мошканцев «Психология цвета в рекламе»
3. А. Вивденко «Психология цвета в рекламе и маркетинге» - Эл. ресурс, режим доступа: <http://100wmz.com/blog/196>

УДК 004.5:316.372

## **THE DEVELOPING PERSPECTIVES OF SOCIAL NETWORKS IN UZBEKISTAN**

Every person want to tell about himself, his condition to other people. Today the best way to deliver the news about ourselves and surrounding condition is social networks.

Uzbekistan within Karakalpakstan, the users of social networks used from it in order to spread the news, photo, video and audio materials to the auditorium. Their profile is exchanged several times a day, also they place some new photos and texts in it.

In addition to this, the users of social networks are registered to exchanging news, acquaintance with new friends, to watch the video and photo materials in Uzbekistan.

Up to day there are a lot of social networks such as Kontakt.uz, Drujba.uz, Ilove.uz, Mykentbook.com, Advice.uz, Facetop.uz, Vsetut.uz, Sinfdosh.uz, Spaceroom.uz, Odnokursnik.uz in Uzbekistan.

Sinfdosh.uz is a social network which is specialized in finding old friends and chatting with them. We realize it an alternative form of Odnoklassniki.ru in Russian language.

From this social network there are some possibility for finding friends, make the acquaintance of new friends and also organizing the virtual meetings.

The social network named Advice.uz has opportunity for giving and getting advice. In the Mykentbook.com is characterized the news about the field of culture.

There are several social networks almost in some regions in our country. One of them is Spaceroom.uz which is belonged to the region Samarkand. In here you may acquaintance with the young people and express the feeling who live in the modern and ancient city.

To add to this the social network Facetop.uz is specialized for placing, receiving and appraise the photos. In this social network conducts photo competition.

The social network Muloqot.Uz is organized by the company “Simple Networking Solutions” in 20th of June in 2011 and registered by “Press and Information agency .

In recent years there is a slight increase the social networks which are created with .uz domen. Today there are more 20 social networks which have a lot of users. For instance, according to the data on March in 2012, there are 17 322 users in Sinfdosh.uz, 42 038 users in Vsetut.uz, 34 697 users in Muloqot.uz, 13 183 users in Myjobs.uz.

Social networks is the most convenient, the cheapest and the most operative way to change the information.

Taking into account here following point, we can make some suggestions to increase the users:

- good-looking outside;
- clearly and simple functions;
- quality speed;
- a lot of functions;
- being an opportunity to place and get (text, photo, audio, video) information.

In addition to this, to awake user’s interest in using social networks it is necessary to create new modern smile which is meant our nation and also to enter the phraseology in a good content.

In spite of creating the social networks Sawbet.com in Karakalpakstan in 2010, it had to be closed immediately.

Because, only the person who created it responsible to the social networks activities. If we account the creator of social networks make a profit only the advertisement, it is very difficult to conduct them. That’s why today it is difficult to create and conduct the social networks in Karakalpakstan.

### Список литературы:

1. Судич Юлия Владимировна, Проказин Виктор Валентинович «Роль социальных сетей в жизни молодежи»
2. Хлебникова Надежда Владимировна. «Гражданская журналистика: к истории становления термина»
3. Л. А. Битков. Практическое использование социальных сетей специалистами по PR// Сайт факультета журналистики УрГУ им. Горького. <http://journ.igni.urfu.ru/index.php/component/content/article/375>
4. Миллер Э. Шарлотский проект. Как помочь гражданам взять демократию в свои руки. М., 1998.
5. Самые популярные социальные сети: бренды и звезды// <http://vzaimopiar1.ru/samye-populyarnye-socialnye-seti.html>.
6. [www.nargis.uz](http://www.nargis.uz). the classification and auditorium of the social networks
7. [www.Nargis.uz](http://www.Nargis.uz). Is social networks need to us?
8. [www.Kontakt.uz](http://www.Kontakt.uz)
9. [www.Mykentbook.com](http://www.Mykentbook.com)
10. [www.Advice.uz](http://www.Advice.uz)
11. [www.Sinfdosh.uz](http://www.Sinfdosh.uz)
12. [www.Muloqot.Uz](http://www.Muloqot.Uz)

Научное издание

Коллектив авторов

Сборник статей III международной научной конференции «Человекознание»

ISSN 2500-1159

Журнал о гуманитарных науках «Гуманитарный трактат»

Кемерово 2016