

4. Горянский В. Д. Вопросы местного страноведения как составная часть лингвокраеведческого аспекта преподавания // Краеведение в обучении иностранцев русскому языку: Сб. научных трудов/ВГПИ им. А. С. Серафимовича. — Волгоград, 1986.
5. Дюмичев В. П. Рассказы по истории Крыма — Симферополь, 2002.
6. Ерасов Б. С. Социальная культурология. — М.: Аспект Пресс, 1997.
7. Иванова К. А. Проблемы межкультурной коммуникации иностранных студентов // Фахова підготовка іноземних громадян в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: Матеріали міжнародної наук.-практ. конф. — Київ, 4-6 лютого 2002 року.
8. Лантух Н. А., Кристина Мильш. Пособие по развитию речи для краткосрочных курсов. — Симферополь, 1995.
9. Легенды и предания Крыма /ред. сост. А. Е. Тархов. — Симферополь: Реноме, 1998.
10. Легенды Крыма / Сост. Г. Таран. — изд. 4-е. — Симферополь, 1963.
11. Легенды Крыма / Сост. Н. Маркс. — Симферополь: Таврида, 1990.
12. Материалы по археологии, истории и этнографии Таврии. — вып. 3. — Симферополь: Таврия, 1993.
13. Ольховский В. С., Храпунов И. Н. Крымская Скифия. — Симферополь: Таврия, 1990.
14. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. — М.: Педагогика — Пресс, 1996.
15. Советский энциклопедический словарь. — М., 1990.
16. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М.: Слово, 2000.
17. Фадеев Т. М., Соколова М. В. Бахчисарай и окрестности: путеводитель. — Бизнес-Информ. — Симферополь, 2000.

Статья поступила в редакцию 20 февраля 2004 г.

УДК 811.161.1

M. A. Афанасиади

НАЦИОНАЛЬНО-СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ И ТЕКСТОВ ОБЪЯВЛЕНИЙ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ ГРЕЦИИ

Интерес к национальным особенностям общения на русском языке приводит многих исследователей к попыткам изучить и описать эти особенности [8, с. 243]. Цель настоящей статьи — изучение и описание особенностей русского языка, функционирующего в Греции, в частности, в русскоязычной греческой печати.

Новейший период истории (рубеж XX-XXI вв.) характеризуется обостренным вниманием к изучению различных проблем, связанных с русской эмиграцией. Возник даже особый термин “эмигрантология”. Проблемы эмиграции изучают учёные разных специальностей: историки, социологи, психологи, культурологи, литературоведы и, не в последнюю очередь, лингвисты [3, с. 480].

Всех русских, живущих за пределами России, независимо от времени и причин их отъезда, Е. А. Земская разделяет на эмигрантов 1-й, 2-й, 3-й и 4-й волны и характеризует их как “русское зарубежье”. В это понятие, как показывает практика, можно включить всех русскоязычных из бывшего СССР (независимо от национальности) как носителей русского языка и его культуры (в большей или меньшей степени: в зависимости от проживания в той или иной республике).

Во время перестройки, когда по существу открылась дорога на Запад, началась массовая эмиграция советских греков на территорию Греции — их депатриация. Вместе с ними выезжали из страны и люди других национальностей. Это не только члены семей, возникших в результате смешанного брака, но и, так называемые в Греции, “экономические переселенцы”, которые и по сей день составляют большую часть эмигрантов.

В первые годы переселения связь с родиной была явно ограничена в силу многих причин. Первые переселенцы 4-й эмиграционной волны (90-е годы прошлого столетия) ощущали свою отторженность от митрополии: недостаток информации, прессы, книг, ограниченное число русскоговорящего населения и т. д.

Однако в семьях по-прежнему говорили на русском языке, обменивались книгами из домашних библиотек, с жадностью вслушивались в речь новоприбывших и гостей из России, отмечая при этом новые явления, происходящие в советской, а затем российской действительности, которые, естественно, нашли свое отражение в языке, но были незнакомы уже успевшему “законсервироваться” языку эмиграции.

Все последующие исторические изменения (падение тоталитаризма, распад СССР и образование России), как справедливо заметила А. Е. Земская, стали мощным стимулом сохранения русского языка. Развитие и укрепление экономических, культурных, научных связей между Россией и иными странами дало возможность эмигрантам разных поколений приезжать в Россию, встречаться с родственниками, друзьями и коллегами и, соответственно, принимать их у себя. Многие эмигранты при этом начинают активно изучать русский язык, смотрят русское телевидение, читают русские книги и газеты. Все это не только способствует сохранению русского языка, но и рождает новую ступень владения им. Этот феномен сами эмигранты называют возвращением к России и к русскому языку [3, с. 487].

Русский язык по праву сохраняет за собой статус мирового и остается важнейшим инструментом приобщения других народов к российской культуре, что является одним из ключевых факторов формирования позитивного восприятия России в мировом сообществе. Русский язык продолжает быть средством меж-

национального общения на постсоветском пространстве, инструментом диалога в международных организациях [6].

Более того, принимаются конкретные меры по практическому закреплению статуса русского языка как официального и рабочего языка в международных организациях и, соответственно, по недопущению его дискриминации в какой бы то ни было форме.

На территории Греции до 1991 года русский язык изучался только на курсах Греко-советского общества дружбы. После его распуска правопреемником в распространении русского языка стал Афинский институт им. А. С. Пушкина, учрежденный Фондом греко-русского сотрудничества. Институт поддерживает контакты с российским Институтом русского языка им. А. С. Пушкина.

В настоящее время русский язык изучается также на курсах при Союзе переводчиков Греции, в Афинском центре балканских исследований, в Салоникском центре балканских проблем и в Центре русского языка, созданном в 1996 г. в Афинах выпускниками МГУ им. М. В. Ломоносова. На этих курсах обучается свыше 100 человек. Центром установлены деловые контакты с филологическим факультетом МГУ.

В университетах русский язык преподается в Афинах, городах Патры и Янинна на философских факультетах, в Салоникском университете им. Аристотеля и Македонском университете г. Салоники. Так, для сегодняшних первокурсников отделения Балканских исследований философского факультета Салоникского университета им. Аристотеля увеличилось количество часов преподавания русского языка с 6 до 9 ч. в неделю обязательного обучения с возможностью дополнительного трехчасового факультативного курса.

Русскоязычная община в настоящее время относится к самым многочисленным иноязычным общинам в Греции, и, как следствие, русский язык является одним из самых распространенных иностранных языков. Число русскоговорящих в Греции не поддается точному подсчету, по разным данным, оно колеблется от 300 до 500 тысяч человек. Среди них есть и греки — репатрианты (понтийцы — греки Понта, проживавшие на территории бывшего Советского Союза), русские, украинцы, грузины и другие. Большинство из них родились и выросли на территории Советского Союза. Сегодня, когда с момента распада СССР прошло более 10 лет, этих людей все еще объединяет “великий и могучий” русский язык.

Только на территории “больших Афин” проживает около 150-200 тысяч русскоязычных. Здесь есть так называемые “русскоговорящие муниципалитеты”, где компактно проживает значительное число носителей русского языка. Так, 17 сентября 2003 года в престижной курортной зоне Афин, Варкизе, состоялось открытие русской школы на базе московской школы №548. В школу будут приняты все желающие: русские, украинцы, молдаване — дети всех переселенцев из стран СНГ [5, с. 21]. Весьма велика концентрация русскоязычных в “северной столице” Греции — Салониках и в греческой Фракии.

Помимо обучения, на территории Греции издаются четыре газеты на русском языке: “Омония”, “Афинский Курьер”, “Афины плюс” и “Российский вестник”.

Раздел 2. Методика преподавания

150 русского языка как иностранного: проблемы и перспективы

Газеты “Афинский Курьер”, “Омония” и “Афины плюс” выходят раз в неделю. В структуру двух последних еженедельников, учитывая интересы каждой диаспоры, включаются pontийская, украинская, грузинская, казахская, узбекская и армянская рубрики.

“МК — Афинский Курьер” — совместное детище одной из местных русскоязычных газет и “Московского комсомольца”. Объем данного издания составляет 56 страниц, из которых 23 обеспечивает “МК”, а другие 33 страницы — “АК”. Еженедельник ориентирован на проживающих в Греции выходцев из России и российских туристов. Тираж газеты пока составляет 10 тыс. экземпляров и распространяется в Греции и на Кипре.

“Афины плюс” — это независимый информационно-рекламный еженедельник, состоящий из 40 страниц.

“Омония” также включает 40 страниц. Этот еженедельник, в отличие от другой русскоязычной прессы, в большей степени акцентирует свое внимание на событиях и проблемах русскоязычных греков и других национальных меньшинств на территории Греции, нежели на отображении событий российской действительности.

“Российский вестник” выпускается два раза в месяц, издается при информационной поддержке Торгпредства России в Греции, Греко-Российской торговой палаты, а также с использованием информации ведущих российских СМИ. Приложение к газете — журнал “Бизнес с Россией”. Объем издания составляет 20 страниц.

Все четыре газеты носят информационно-развлекательный характер и очень схожи по своей структуре. На их страницах ведется обсуждение правительственные циркуляров, касающихся непосредственно вопросов жизни эмигрантов в стране пребывания. Кроме того, вниманию читателей предлагаются статьи на серьезные политические темы, об экономике, о последних достижениях науки, о новостях культуры и светской жизни, о моде и о спорте, а также здесь можно найти программу русского телевидения, серию анекдотов и кроссворд. Газеты наполнены рекламными текстами, охватывающими все сферы повседневной жизни, а на последних страницах, как правило, помещены разного рода так называемые маленькие объявления, которые подразделяются на коммерческие и частные.

Следует отметить, что рекламный текст раскрывает неповторимое своеобразие этноса, кристаллизующееся в его народной психологии. Рекламный образ — это конкретно наглядное представление о рекламируемом объекте, которое возникает у потенциального потребителя при чтении рекламы. Кроме того, порождение желания у потенциального потребителя приобрести тот или иной товар связано с использованием таких символов, которые отражают особый национальный тип мышления [2, с. 63]. Так, реклама фирмы “Черноморец”, говоря о создании сети продуктовых магазинов по всей Греции, подчеркивает наличие широкого ассортимента продуктов из России, Украины, Белоруссии, Молдавии [Молдовы], Грузии, Армении и Польши.

Жизнь, прожитая эмигрантами из бывшего СССР и стран СНГ, через смысл рекламного текста проецируется в сознании такими реалиями, которые вызы-

вают определенные ассоциации, например, такие как русская сметана, кефир, кубанские пельмени, украинские (мелкие) черные семечки, польские галушки, грузинский лаваш, сушеная хурма, молдавские вина, армянская бастurma и многое другое, чего нет в культуре питания греческого народа.

Иными словами, схема создания рекламного образа такова: *действительность — смысл, переданный через текст, — проекция в сознание (ассоциация) — возникновение определенного образа.*

При этом необходимо учесть, что жизнь вне России и русского языка не может не сказываться на речи эмигрантов. Окруженные чужой речью, они постоянно впитывают её, сознательно и бессознательно. Им требуются новые номинации для называния новых реалий, новых ситуаций и условий жизни [3].

Новизна данной работы заключается в изучении новых слов и аббревиатур, вошедших в жизнь русскоговорящих эмигрантов из греческого языка в бытовую речь, и создание ими новых социальных символов.

Социальный символизм является компонентом национальной культуры. Это отражение в сознании людей семиотической функции, которую приобретает в той или иной культуре определенное действие, факт, событие, поступок, тот или иной элемент предметного мира. Все эти явления обретают в культуре народа и в его сознании определенный символический смысл, единый для всего данного социума или для какой-то определенной социальной группы [8, с. 248] (в нашем случае — эмигрантов 4-й эмиграционной волны).

Это явление особенно ярко отражено в рекламных текстах и в маленьких частных объявлениях, которые соответствуют возникающему спросу населения не только в приобретении того или иного товара, а, в первую очередь, в обустройстве быта на новом месте, что заключается, во-первых, в решении вопросов по оформлению документов, трудоустройства и медицинского обслуживания, а также в организации отдыха и многих других жизненных аспектов.

Так, прочитав следующий текст рекламы компании Athens Translation Center «Αλέκος»:

“Официально заверенные переводы для всех государственных инстанций (*номархия, димархио, ИКА, эфория, школы, ДИКАТСА*)” [5, с. 30], русскоговорящий эмигрант сразу поймет, что речь идет о таких инстанциях [учреждениях], как *префектура* — νομαρχείο, *мэрия* — δημαρχείο, *Организация социального страхования* — Ι.Κ.Α. (Ιδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων), *налоговая инспекция* — εφορία и *Межуниверситетский центр признания дипломов иностранноподданных* — ΔΙ.Κ.Α.Τ.Σ.Α. (Διαπανεπιστημιακό αναγνωρίσεως σπουδών της αλλοδαπής).

Из последующего текста, где рекламирующая фирма указывает свой адрес: “от Омонии¹ по улице Афинас 150 метров и перед Димархио направо”, у читателя сразу возникнет образ здания муниципалитета.

Точно так же, прочитав объявление: “Ищете работу? Работы в Афинах и в провинции. Хорошая зарплата и ИКА, только для имеющих вид на жительство и на трудовую деятельность” [5, с. 26], читатель поймет, что речь идет о вып-

¹ имеется ввиду центральная площадь г. Афин.

лате работодателем не только заработной платы, но и социальной страховки (ИКА), выражающейся в оплате гербовых марок определенной стоимости в зависимости от рода (кода) выполняемой работы и количества трудодней.

Совершенно очевидно, что изменение иноязычной аббревиатуры и употребленис полученного в результате перевода ее русского варианта явно нецелесообразно: ИКА как Организация социального страхования (ОСС) не вызвала бы необходимой ассоциации, и, как следствие, не создала бы определенного образа у читателя, при этом не достигнув преследуемой цели, поскольку последняя аббревиатура не соответствует конкретной действительности греческой среды.

Однако часто встречающаяся на страницах русскоязычных газет аббревиатура ПМЖ от русского словосочетания *постоянное место жительства*, оправдана создавшейся новой жизненной ситуацией массового переезда населения из одной страны в другую с целью постоянного проживания.

Все вышеуказанные наименования быстро вошли в речь переселенцев и закрепились по той простой причине, что в Греции не было аналогичного горисполкома и облисполкома, а с такими организациями, как ИКА и ДИКАТСА представители социалистического общества здесь столкнулись впервые, поэтому эти слова безо всяких изменений вошли в повседневный обиход в своей первоначальной форме с их дальнейшим применением в разговорной речи и в рекламных текстах, обращенных, в основном, к среднему слою населения.

В той же газете в частных объявлениях мы находим:

1. “Ищу замену на время отпуска с 20-ого сентября по уходу за бабушкой “меса”;
2. “Серьезная женщина ищет работу “эксо” по уборке квартир, глажке....” [5, с.36], где *меса*(μέσα) означает “внутри (чего-то)”, а *эксо*(έξω) — “снаружи, вне (чего-то)”.

Казалось бы, что и работа по уходу за бабушкой (в первом случае) и работа по уборке квартиры (во втором случае) относится к внутренней работе, т. е. к работе в помещении, и последующее разделение смыслового значения кажется неоправданным для читающего интеллигента, но совершенно обоснованно для тех, кто непосредственно занимается этой работой, потому что когда говорят *меса*, имеют в виду и уход за бабушкой, и проживание в данной квартире, а при употреблении *эксо* подразумевают определенную работу, после выполнения которой в какой-то момент уходят домой.

Когда “серезная ответственная женщина 46 лет, в/о [высшее образование], ищет работу в вечерние часы и в ночное время, “мерокамато” [(η)μεροκάματο(v) — поденная оплата]”, становится ясно, что речь идет не о почасовой оплате труда, а об оговоренной сумме дневного заработка без оплаты социальной страховки. В противном случае объявление звучало бы следующим образом: “мерокамато + энсима”, где ένσημα(v) и есть государственная страховая марка (та самая гербовая марка, о которой мы уже упоминали).

Такого рода “вкраплениям” греческих слов в русскую речь русскоговорящих эмигрантов способствовало различие в структурах обществ и в практике жизни метрополии и страны нынешнего пребывания. Однако встречаются случаи

параллельного употребления аббревиатур русского и греческого происхождения. Так, появленнию постсоветского “НДС”, незнакомого бывшим гражданам СССР, на территории Греции предшествовало так называемое *ФПА* — налог на добавочную стоимость — Ф.П.А. (φόρος προστιθέμενης αξίας). Русское *НДС* употребляют в разговоре о российской действительности, а аббревиатуру *ФПА*, когда речь идет о греческих реалиях: “Оплата разговора с медиумом — парapsихологом Аней по “Space line 0, 30 €/15” + ФПА” [1, с. 35].

В большей степени претерпели изменение имена собственные. Так, из небольшой туристической рекламы, составленной совершенно правильно в смысле восприятия её русскоязычным населением Греции, явно заметно очевидное расхождение в употреблении той или иной топонимии в соответствии с принятой нормой в русском языке и наличие определенных новообразований. Текст гласит:

“Проведите выходные с нами!

12 октября — Монастырь *профита Илии* и монастырь *осия Потапия*, лимни Вульягменис.

19 октября — п-ов *Пелопонесс*, г. Эвия — церковь Божей Матери — г. Патра — церковь Св. Андрея, Ахайи Клаус.

24-28 октября — Афины — Константинополь.

26 октября — Мон-рь Киприаноса, мон-рь Вседержателя в горах Пентели.

2 ноября — Подножие Парнасса-Дельфы.

9 ноября — *Пелопонесс*. Епидавр — Навплио-Микены.”

Слово *профита* от греч. *προφήτης* — пророк стоит в данном тексте в форме род. падежа ед. ч. одушевленного существительного мужского рода, от *профит* .. В таком случае, слова *осия Потапия* должны были бы также стоять в форме род. п. *осии Потапии*, что означает “святой Потапии”. Однако слово *пророк* в силу атеистической советской действительности не успело получить соответствующий отклик в психологии народа, в то время как *профит* в условиях верующей ортодоксальной Греции вызывает у населения необходимую ассоциацию.

В названиях местностей нередко использована фонетическая транскрипция греческого произношения: Эвия (от греч. *Εύβοια*) вместо Эвбея, Патра (от *Πάτρα*) вместо Патры, Ахайя (от *Αχαΐα*) вместо Ахайя, Пентели (от *Πεντέλη*) вместо Пенделикон, Парнасса (от греч. *Παρν[σ]σός*), допускающего двоякое написание в греческом языке, но один вариант в русском языке — Парнас, Навплио (от *Ναύπλιο[ν]*) вместо Навплион (или Нафплион), лимни Вульягменис вместо озеро Вульягменис.

В следующем примере *Епидавр* от греческого *Ἐπίδαυρος* наблюдается отождествление русской буквы “е” с написанием греческой буквы «ε»-έψιλον, которая произносится как звук “э” — Эпидавр. И это не единственный случай. Так, например, наряду с употреблением “адия эргасиас” (разрешение на работу) очень часто в газетах встречается написание “адия ергасиас”.

Надо отметить, что подобных примеров в сегодняшней речи русскоговоря-

ших очень много. Они придали русскому языку эмиграции “греческий” колорит, создав свой “специфический” язык, понятный ограниченной группе населения — социуму эмигрантов 4-й волны. В перечисленных примерах наблюдается процесс “адаптации” действительности к потребностям говорящего.

Однако можно наблюдать и обратные случаи, выражющиеся в адаптации эмигрантов к процессам действительности: новая культура “входит” в них и дает новые жизненные позиции, новый образ мышления и новое мировоззрение — дарит им психологию народа той страны, в которой они живут. Так, в выше приведенном примере объявления “24-28 октября — Афины — Константинополь” ни одному греку не придет в голову назвать Константинополь Стамбулом, а Скопья — Македонией.

Язык зарубежья — не мертвое образование. Он живёт своей жизнью. В том океане отдельных лиц и их языков, который формирует понятие “язык русского зарубежья”, есть по крайней мере две контрастные, резко противопоставленные зоны: язык старой эмиграции (эмиграции первой волны) и язык новой эмиграции, преимущественно четвертой волны [3, с. 482], которую составляют не только взрослые, но и дети, и молодёжь, не получившие образования на русском языке.

Сегодня, когда престиж России растет с каждым днем все больше и больше, когда она из “медведя без ногтей”, как характеризуют греки Россию последних лет, на глазах обретает свои “ногти” — свой статус сильной и мощной страны, соответственно возрастает к ней и интерес не только со стороны стран ближнего, но и дальнего зарубежья.

СМИ на русском языке в странах дальнего зарубежья помогают носителям русского языка не только сохранить и закрепить знание русского языка, но и быть в курсе происходящих событий на территории России. Кроме того, это дает им редкую возможность увидеть международные события под другим углом мировоззрения, пропущенные через фильтр менталитета другого народа.

На государственном телеканале (в Северной Греции) ЕТ-3 каждое воскресенье выходит информационная программа на русском языке “Хроника”. На государственном радио Греции на русском языке ежедневно вещает радиостанция “Голос Греции”, а по средам и пятницам на волне 101,3 FM звучит передача “Хорошее настроение”. Во многих греческих городах продаются российские газеты и журналы, а также можно купить книги, аудио и видеокассеты на русском языке. Широкое распространение в Греции получила установка спутниковых антенн для всех желающих смотреть телепрограммы российского телевидения.

“Сегодня мы являемся свидетелями мощного, интенсивного процесса глобализации, придающего современному миру иное, неизвестное до сих пор человечеству обличье. Глобализация размывает границы между пространствами, являющимися источником мировосприятия этноса, а современные средства высокой технологии сокращают время общения и контактов отдельных социумов и тем самым устанавливают тесные социально-политические, торгово-экономические и культурно-интеллектуальные связи между народами, носителями

разных языков и специфических культур. Применение электронных коммуникативных средств и, прежде всего, средств компьютерной интерперсональной и массовой коммуникации стимулирует явление гомогенизации дифференцированных лингвокультурных сообществ” [2, с. 65].

Большое будущее в объединении русскоговорящих людей принадлежит общению через Интернет. Греческий русскоязычный интернет был довольноведен до появления известного уже сайта [greek.ru](#). На сайте печатаются греческие новости. Кроме того, здесь есть форум и чат.

Средства массовой информации, в том числе и прессы, являются мощным орудием воздействия на общественное сознание. Именно это позволяет называть СМИ “четвертой властью”. Информируя человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня [4].

Кроме того, в целом можно констатировать, что прессы начали учитывать реальные разнообразные коммуникативные потребности читателя в информации, что привело к многократному увеличению количества изданий и их качественной дифференциации [7].

Литература

1. Афины плюс. Греческий информационно-рекламный еженедельник.— 09.10.-25.10.2003.— №39. — 40 с.
2. Владова И. Перевод в современном социокультурном контексте // X Конгресс МАПРЯЛ. Русское слово в мировой культуре. Пленарные заседания.— т.1— Спб., 2003.
3. Земская А. Е. Язык русского зарубежья: проблемы изучения // X Конгресс МАПРЯЛ. Русское слово в мировой культуре. Пленарные заседания. -т.2.— Спб., 2003.
4. Кормилицына М. А. Речетворство как сущностное свойство современного публицистического текста.// X Конгресс МАПРЯЛ. Русское слово в мировой культуре. Пленарные заседания. — т. 1 — Спб., 2003.
5. Омония. Афинский международный еженедельник, № 41(438) . - 08.10-14.10.2003— с.40
6. Русский язык в мире. Доклад министра иностранных дел Российской Федерации Игоря Иванова.— <http://www.rusedina.org/parent=813,c.1> .
7. Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация./ Отв. ред Л. П. Крысин.— М.: Языки славянской культуры, 2003. - 566 с.
8. Стернин И. А. Коммуникативное поведение народа как предмет изучения и аспект обучения иностранному языку. // X Конгресс МАПРЯЛ. Русское слово в мировой культуре. Пленарные заседания. — т. 2. — Спб., 2003.

Статья поступила в редакцию 22 февраля 2004 г.