

Источником риска является неопределенность хозяйственной ситуации, возникающая из-за множества переменных факторов и случайностей, неполноты информации о туристическом рынке, а также особенностей личности предпринимателей [6].

Лапуста М.Г., Тяжова М. и другие отмечают, что с точки зрения источника возникновения риски подразделяются на внутренние и внешние. Внешние риски – риски, возникающие во внешней по отношению к организации среде. Обычно возникновение внешних рисков сопряжено с действием объективных факторов, не зависящих от воли руководства или собственников фирмы и связаны с окружением турфирмы. Внутренние риски связаны с особенностями самой турфирмы. Основным видом внутреннего риска считается кадровый, обусловленный практической невозможностью предсказать поведение людей в тех или иных ситуациях [3, 5, 6, 7].

А.Н. Бердникова считает, что по степени опасности для турфирм выделяют допустимый риск (угроза потери прибыли), критический риск (возможность несения текущих убытков); катастрофический риск (банкротство). Автор отмечает, что с точки зрения целесообразности можно говорить об оправданном и неоправданном риске [7].

По причинам возникновения, Быстров С.А. выделяет риски: политические, технические, производственные, предпринимательский, отраслевые, естественные, коммерческие, инфляционные, инновационные, валютные, инвестиционные, кредитные, процентные [8].

Л.Н. Пэтмен в книге «Риски в экономике» утверждает, что полностью риска избежать нельзя, но сделать управляемым можно или в той или иной степени ослабить. В связи с чем в менеджменте рисков выделяют следующие основные способы уменьшения рисков: рациональный подход к ведению хозяйственных дел в турфирме с опорой на точный анализ происходящего; отказ от деятельности, связанной с риском; компенсация рисков; объединение рисков; передача (трансферт) рисков [2].

В своей деятельности туристическая фирма «Стинг» г. Ставрополь, в июне 2012 столкнулась

с внешним, естественным риском (стихийное бедствие). В связи с чем, фирме пришлось отказаться от своего направления, г. Геленджик, в связи с прошедшим там наводнением.

В связи со сложившейся ситуацией ООО фирма «Стинг» использовала такой способ уменьшения рисков как отказ от деятельности, связанной с риском. Фирма перестала предлагать туры в данном городе. При этом, туристической фирме в ускоренные сроки пришлось разработать новый маршрут (п. Лазаревское) и искать дополнительно объекты размещения по основному направлению в г. Гагра (инновационный риск).

Так же фирма «Стинг» предложила своим клиентам альтернативный вариант отдыха как по цене так и по качеству в Геленджикском районе п. Архипо-Осиповка. Менеджеры предприятия провели анализ и изучение данного района, и выяснили что п. Архипо-Осиповка при стихийном бедствии не пострадал, и является безопасным для отдыха туристов. (производственный риск)

Таким образом удалось проанализировать внешний естественный риск туристической фирмы «Стинг» который она сделала управляемым с целью ослабления критического риска за счет реализации инновационного и производственного рисков.

Список литературы

1. Корнилова, Т.В. Психология риска и принятия решений: Учеб. Пособие для вузов. М.: Аспект Прогресс, 2003.
2. Тэпмен Л.Н. Риски в экономике / Л.Н. Тэпмен, В.А. Швандар – М.: Юнити, 2002.
3. Лапуста, М.Г. Риски в предпринимательской деятельности / М.Г. Лапуста, Шаршукова Л.Г. – М.: Инфра-М, 2008.
4. Квартальнов, В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 1999.
5. Тяжова, М. Туризм и культурное наследие. Виды рисков в туристическом бизнесе – межвузовский сборник научных трудов. – Вып. 2, 2005
6. Платон Н. Модуль Управление Туристским Бизнесом. Курс менеджмент в туризме – Кишинев, 2010.
7. Бердникова Т.Б. Акционерное общество на рынке ценных бумаг. – М.: Финстатинформ, 1997.
8. Быстров С.А. Финансовый менеджмент в туризме / С.А. Быстров – СПб.: Издательский дом «Герда», 2007.

Филологические науки

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КАРТИНА ПОНЯТИЯ «РОДИНА» В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Вальц О., Иванова М., Сазонов Н.¹

ГБОУ СПО «Колледж автомобильного транспорта № 9», Москва, e-mail: danilova1211@mail.ru

С чего начинается Родина? Эта строчка из замечательной песни давно стала фразеологизмом, а этот вопрос когда-нибудь задавал себе каждый. Давайте разберемся, что для нас означает само понятие «Родина»? Ведь от того, как воспринимает и чувствует это понятие современная молодежь, зависит наше будущее и будущее нашей страны.

Целью нашего исследования является создание лингвистического портрета понятия «Родина» на основе ассоциативных реакций студентов первого курса Колледжа автомобильного транспорта № 9 города Москвы. С помощью полученных данных мы сможем проанализировать уровень культуры и грамотности среди студентов СПО, выявить особенности лексики и фразеологии современного русского языка в их про-

явлении в сфере молодежного общения и оценить уровень гражданского самосознания нового поколения.

Посмотрим, какую информацию о слове «Родина» дадут нам различные лексические словари:

Родина,

1) отечество, отчизна, страна, в которой человек родился: исторически принадлежащая данному народу территория с ее природой, населением, особенностями исторического развития, языка, культуры, быта и нравов.

2) Более узко – чье-либо место рождения.

3) Место возникновения, открытия или изобретения чего-либо.

(Советский энциклопедический словарь, М., 1980)

Родина, – ы, ж. 1

1) Отечество, родная страна. *Защита социалистической Родины.*

2) Место рождения, происхождения кого-нибудь: место возникновения чего-нибудь. *Приехать на родину. Советский Союз – родина социалистической революции.* (Словарь русского языка С.И. Ожегова, М., 1997)

Родина – Общеслов., суф. производное от *род* (см). Исходное значение «семья», далее – «месторождение» (еще у Пушкина) и отчизна, отечество (с Державина)

¹ Руководители: преподаватели русского языка и литературы Драгункина М.И., Лошакова Е.А.

Род – Семантическая калька XIV в греч. *genos* «род, порода» См. жена, генетика.

Род – первоначально – *ordъ*. Производное от той же основы, что рост, расти (см.) Род буквально – «то, что выросло, выращено. Ст. того же корня лат. *arbor* «дерево» см. народ.

Народ – производное от народити, проф. производного от родити. См. родить. Ср. племя, люди.

Рожать – заимств. из от –я яз. (ср. искон рожато) многократная форма от родити, суф. производного от родь. См. род.

(Школьный этимологический словарь русского языка Н.М. Шанский, Т.А. Боброва М., 1997)

Родина

1) Отечество, родная страна (или сторона): отчизна, край отцов (высок.).

2) чего-л.: колыбель.

(Словарь синонимов русского языка
З.Е. Александрова., М., 1975)

Рассматривая проблему построения лингвистической картины понятия «Родина», мы обратились к методу свободного ассоциативного эксперимента для выявления ядерных и периферийных ассоциативных носителей языка – студентов первого курса нашего колледжа.

Изучение ассоциаций имеет очень давнюю научную традицию, в течение многих веков они были объектом изучения философов, психологов, лингвистов. Ассоциативный эксперимент – это прием, направленный на выявление ассоциаций, сложившихся у индивида на основе его предшествующего опыта.

На первом этапе мы составили анкету. В ней содержалась информация о респонденте (пол, возраст) и предполагался ответ респондента на открытый вопрос «Какие ассоциации возникают у Вас, когда Вы слышите слово «Родина»? Количество ответов ограничивалось десятью.

Далее был определен круг потенциальных респондентов. В выборочную совокупность попали студенты первого курса ГБОУ СПО КАТ №9. Численность респондентов составила 284 человека.

Наибольший интерес к эксперименту отмечался у девушек: они с легкостью шли на контакт, четко выполняли условия эксперимента, с энтузиазмом работали над заданием. Все анкеты, заполненные ими, содержали по 10 ассоциаций в отличие от анкет юношей, зачастую заполненных наполовину.

Анализируя данные анкетирования, мы ставили следующие задачи:

1. Провести группировку ассоциаций по 8 направлениям: синонимический ряд, символы и национальное достояние, семейные связи, природа и экология, географические названия, эмоциональная оценка, персоналии, другое.

2. Выявить ядерные и периферийные ассоциации в каждой отдельной группе.

3. Рассмотреть природу ассоциаций с точки зрения лингвистики.

Нами было собрано около 2500 реакций 284 опрошенных респондентов.

Далее представлены обработанные результаты эксперимента по 8 группам ассоциаций. Результаты опроса представлены нами без исправления орфографии, пунктуации и стилистики полученных реакций:

1. Синонимический ряд – 20% ассоциаций, например: отчизна, отечество, Россия, страна, город, планета, дом, свобода, родной край, Русь-матушка, земли русские, братья славяне, СССР, земля, русский дух, патриотизм. В данной группе ядерными стали ассоциации Отчизна, Отечество и Россия. Они составляют 61% ответов.

2. Символы и национальное достояние – 11% ассоциаций, например: Красная площадь, армия, гимн, статуи, рубль, ветераны с кучей орденов, ВОВ, русский язык, тульский пряник, картошка, валенки, балалайка, матрешка, медведь, шапка-ушанка, водка, хлеб, частушки, белые березки, победа. Здесь в числе ядерных ассоциаций мы видим Красную площадь, матрешку, шапку-ушанку, балалайку и белые березки.

3. Семейные связи – 24% ассоциаций, например: мама, родители, семья, друзья, родные, близкие люди, русский народ, отец, братья не по крови, бабушка. Самым популярным ответом стала ассоциация мама, мать – 58%. Остальные ответы данной группы находятся на периферии.

4. Природа, экология – 7% ассоциаций, например: бескрайние просторы, леса, поля, реки, природа, красивая природа, береза, колосья, свежий воздух, бесконечные леса, озера. Описывая природу своей Родины студенты чаще всего говорили о красивой природе, бескрайних просторах и лесах.

5. Географические названия – 15% ассоциаций, например: Россия, Дагестан, Азербайджан, Северная Осетия, Армения, Татарстан, Енисей, Волга, Лена, Ока, Нева. Москва, Алтай, Сибирь. Большинство респондентов – коренные россияне, поэтому неудивительно, что в группе «Географические названия» ядерной ассоциацией стала Россия – 72%.

6. Эмоциональная оценка – 10% ассоциаций, например: великая, лучшая, величественная, часть меня, гордость, сила, детство, чувствуешь себя уютно, свобода, стабильность, безопасность, нежность, сердце, парное молоко в кувшине, отвага, верность. 23% респондентов назвали свою Родину лучшей, 21% – великой, 17% написали ассоциацию гордость.

7. Персоналии – 6% ассоциаций, например: Сталин, Брежнев, Путин, Плющенко, Менделеев, Пушкин, богатыри, Есенин, Булгаков, Журиновский, Ленин, Хрущев, Ельцин. Как мы видим, лицами Родины для студентов являются политики и писатели. В число ядерных ассоциаций вошли Сталин, Путин, Пушкин.

8. Другое – 7% ассоциаций, например: большое количество приезжих, КВН, Наша Раша, уродина, *родинка*. Отметим, что 31% респондентов упомянули в ответах отечественный автопром: Лада, вазики, *девятки*, *восьмерки*, «качество» *автомобилей*, *автомобиль*, *плохой автопром*, *Жигули*, *ВАЗ*. Можно предположить, что большое количество ассоциаций, связанных с автомобилями, объясняется особенностью специальностей, которые осваивают наши студенты – организация перевозок на автомобильном транспорте, техническое обслуживание автомобилей. Таким образом, в группе «Другое» мы собрали ассоциации, не входящие ни в одну из групп. Самыми популярными ответами стали русский автопром, *родинка*, уродина, *алкоголизм*.

К сожалению, в ответах респондентов присутствуют и отрицательные реакции на понятие «Родина»: экономическая нестабильность, коррупция, алкоголизм, нищета, воры, жулики, безработица, вокруг предатели.

Проанализировав анкеты респондентов, мы сделали первые выводы на предмет формирования лингвистического портрета понятия «Родина». Для студентов нашего колледжа Родина – это отчизна, отечество, Россия, мама, гордость, лучшая Родина, великая Родина, *Красная площадь*, *Сталин*, *Пушкин*, *Путин*, *матрешка*, *шапка-ушанка*, *балалайка*, *белые березки*, русский автопром, *алкоголизм*.

Рассматривая данные анкет с лингвистической точки зрения, мы выявили, что 68% ассоциаций

приходится на ассоциации-слова. Это были имена существительные (*Отчизна, балалайка, матрешка, Москва, семья, дом, мама, Россия, коррупция* и т.д.), имена прилагательные (*родная, милая, любимая, непобедимая* и т.д.). 22 % ассоциаций – это словосочетания (*русский автопром, родная земля, белые березки, моя семья, родной дом* и т.д.). И лишь 10% ответов были представлены предложениями, например:

Там, где я родился.
Ленивый народ, который хочет, но не может.
Язык, с помощью которого можно хорошо выразить свои мысли.
Власть, которая заботится о своем народе.
То, что нужно чтить.
То, что нужно защищать.
Никогда отсюда не уеду.
Не предам свою страну.
Это мой дом. Это моя опора и защита.
Это обширная территория лесов, рек, равнин, высот, низменностей.
Это вторая моя Мать.
Там, где мне хорошо.
Родина – это наше все!!!
Там, где все в тепле.
Место, где человек чувствует себя хорошо.
Родина – то, что стоит защищать ценой своей жизни!

На наш взгляд, в большей степени несут оценку и эмоции ассоциации, оформленные предложениями. Респонденты, таким образом, явно показывают характер своей оценки данного понятия, так как предложение более информативно, в нем легче избежать двусмысленности. Такие примеры находятся на периферии.

Отдельно хотим отметить ответы-реминисценции: Москва, спаленная пожаром, французу отдана. (цитата из «Бородино» М. Лермонтова)

Вперед за Родину! За Русь, за Веру мы грянем громкое УРА! (искаженная фраза из «Песни о Вещем Олеге» А. Пушкина)

Родина-мать зовет!!! (скульптура «Родина-мать зовёт!» – композиционный центр памятника-ансамбля «Героям Сталинградской битвы» на Мамаевом кургане в Волгограде.)

С чего начинается Родина? (строчка из песни на стихи М. Матусовского)

Россия для русских!!! (один из лозунгов русских националистов).

Обобщая данные анкетирования, можно сделать вывод, что каждый респондент приводит как минимум три ассоциации, не имеющие аналогов, остальные семь повторяются у других респондентов. На наш взгляд, это свидетельствует не о стандартности мышления исследуемой совокупности людей, а скорее о возможности делать действительно объективные выводы на предмет формирования лингвистического портрета понятия на основе ассоциаций, возникающих у студенческой аудитории при упоминании слова «Родина».

Результат эксперимента показывает высокий уровень гражданственности современной молодежи. Студенты нашего колледжа, как и многие представители молодой аудитории современного общества, гордятся своей страной, ее традициями и достижениями, высказывают готовность защищать свою Родину.

Список литературы

1. Гольдин В.Е., Слобнова А.П. Русская ассоциативная лексикография. – Саратов, 2008.
2. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента, М. – Харьков: Ра-Каравелла, 2001. – 320 с.
3. Готтсданкер Р. Основы психологического эксперимента. Учебное пособие. Пер. с англ. – М.: МГУ, 1982. – 464 с.

4. Гуц Е.Н. Ассоциативный словарь подростка. – Омск, 2004.
5. Слобнова А.П. Единицы ядра языкового сознания современного школьника // Вопросы психолингвистики. – 2007. – № 5. – С. 99-104.

К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ АДЕКВАТНОГО ПЕРЕВОДА С ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Горячев В.А., Аббазова Р.А.

Волжский политехнический институт, филиал Волгоградского государственного технического университета, Волжский, e-mail: www.volpi.ru

Каждый переводчик, даже самый талантливый, сталкивается с задачей: как сделать перевод максимально адекватным языку оригинала. Словарный перевод использует лишь функцию познания, тогда как текстовый обязан учитывать все пять основных функций: познания, сообщения, влияния, целостности и общения. Безусловно, текстовый перевод является наиболее удачным, максимально адекватным, но следует признать, что учёт – только перечисленной семантики не позволит достичь полного соответствия языка переводу языку оригинала.

Переводчик, являясь основным звеном в процессе межкультурной коммуникации, «создает в собственном гносеологическом континууме модель исходной мысли, причем ее адекватность будет зависеть от множества факторов: от степени информированности переводчика, от расстояния между автором исходного текста и переводчиком, а также от характера мышления переводчика» [гносеология – теория познания; континуум – совокупность всех действий, чисел].

Еще одним непеременимым условием качественного перевода является сохранение звукового символизма. Следует сказать об определенной специализации разных школ: гласные символизируют активность, форму, размер; согласные – твердость и гладкость.

Нельзя не согласиться с Данте, который утверждал «что нечто, заключенное в целях гармонии в музыкальные основы стиха, не может быть переведено с одного языка на другой без нарушения его гармонии и прелести». Вот почему работу переводчика можно сравнить с работой скульптора: «если он талантливый художник, у него может получиться отличное, великолепное произведение искусства, но того к чему он стремиться, ему не достичь никогда – никогда не создать точнейшую репродукцию мраморной статуи». Это вполне естественно, т.к.к грамматический, синтаксический, лексический строй языка обусловлен лингвоментальностью, а у каждого народа она своя. Но учет всех вышеперечисленных факторов позволит сделать перевод максимально адекватным.

Список литературы

1. Казакова Т.А. О психологическом аспекте перевода. Перевод и интерпретация текста: Сб. науч. тр. – М., 1988
2. Садковский К.И. Высокое искусство. – М., 1964.

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ КОНТРАСТА СВЕТА И ТЬМЫ В ЭПОПЕЕ ДЖ. Р.Р. ТОЛКИЕНА «ВЛАСТЕЛИН КОЛЕЦ»

Гусева Ю.П.

Российский университет дружбы народов, Москва, e-mail: julie.guseva@rambler.ru

J.R.R. Tolkien was born in Bloemfontein, South Africa on January 3, 1892 and died on September 2, 1973. In 1900 Tolkien entered grammar school in Birmingham where he learnt German, Greek, classical English, classical German, Gothic and Icelandic. Always curious about languages Tolkien was privileged to be chosen to work at the well-known Oxford English Dictionary. Afterwards he began a lifelong career of teaching and writing. The