

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЧЖАО Ваньчэнь

Выпускная квалификационная работа

**Семантика и функционирование русских глагольных синонимов с
доминантой «убеждать» (на фоне китайского языка)**

Уровень образования: бакалавриат

Направление 45.03.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа СВ.5095. «Русский язык как
иностраный»

Профиль «Русский язык как иностранный»

Научный руководитель:

старший преподаватель, Кафедра русского языка
как иностранного и методики его преподавания

Усенко Ирина Юрьевна

Рецензент:

старший преподаватель, Кафедра медиалингвистики

Абрамова Евгения Викторовна

Санкт-Петербург

2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ГЛАГОЛЬНЫХ СИНОНИМОВ С ДОМИНАНТОЙ «УБЕЖДАТЬ»	8
1.1 Роль глагола при изучении русского языка иностранными студентами	8
1.2 Виды системных связей в лексике русского языка.....	10
1.2.1 Содержание и соотношение терминов «лексико- семантическое поле», «глагольный класс», «лексико-семантическая группа»	10
1.2.2 Понятия «синонимический ряд» и «доминанта синонимического ряда»	14
1.2.3 Виды синонимов	15
1.3 Методика изучения глагольных синонимических рядов в лингвистических исследованиях	16
1.4 Межъязыковая эквивалентность лексических единиц	17
Выводы	21
2 ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГЛАГОЛЬНЫХ СИНОНИМОВ С ДОМИНАНТОЙ «УБЕЖДАТЬ»	24
2.1 Общий обзор и характеристика материала	24
2.2 Особенности семантики глагольных синонимов с доминантой «убеждать» по данным словарей современного русского языка	24
2.3 Особенности функционирования глагольных синонимов с доминантой «убеждать» (по данным национального корпуса русского языка).....	29
2.4 Сравнительный анализ русских и китайских глаголов с семантикой убеждения	45

Выводы	55
Заключение	60
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	63

ВВЕДЕНИЕ

Общеизвестно, что в лексической системе русского языка глаголу отведено центральное место, поскольку несёт большую смысловую нагрузку в предложении и тексте. Изучение различных лексических объединений глаголов и их функционирование, имеет важное значение в лингвометодическом аспекте. Благодаря этому улучшается практическое усвоение этих единиц иностранными учащимися.

Глаголы убеждения представляют большой интерес для исследования. В психологии под убеждением понимается «прочно сложившееся мнение, уверенный взгляд на что-нибудь, точка зрения» (Ожегов, Шведова 2002;821). Убеждение «включает мнения, знания, идеи, ставшие мотивами поведения человека и определяющие его отношение к разным сферам действительности» (Мещеряков, Зинченко 2002: 538). Поскольку убеждения являются одним из компонентов мировоззрения личности, наличие убеждений связано с признанием и переживанием человеком их истинности, а также с потребностью реализовать их в жизни. Существует два разных значения глагола «убеждать»: «1) Заставлять поверить чему-либо, уверять в чём-либо; 2) склонять к чему-либо, заставлять согласиться с чем-либо. При двух значениях существует два разных синонимических ряда: 1) *убеждать1 - доказывать - уверять – внушать*; 2) *убеждать2 - уговаривать - агитировать – склонять*» (Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково- словообразовательный. М.: «Русский язык», 2000). Можно сказать, что глаголы убеждения раскрывают способы речевого воздействия на мировоззрение и поведение людей, а потому являются важным объектом изучения в сфере межкультурной коммуникации, позволяют проникнуть в специфику коммуникативных культур различных народов.

Таким образом, **актуальность** исследования обусловлена следующими факторами:

– Глаголы убеждения характеризуются частотой употребления, обладают тесной связью с мотивационной стороной человеческой деятельности и раскрывают особенности коммуникативной культуры русского народа.

– В исследовании изучается важная проблема семантического разделения (градации) в лексике русского языка, путем рассмотрения глаголов с доминантой «убеждать», с целью определения специфики их семантики и функционирования.

– Исследование двух синонимических рядов, образуемых глаголом «убеждать» в двух разных, хотя и близких значениях, поможет глубже рассмотреть особенности глаголов с рассматриваемой семантикой.

– Сопоставление русских глаголов убеждения и их китайских аналогов позволит определить эквивалентные и безэквивалентные единицы в двух языках, что будет значимо не только для теории, но и так же практической стороны, а именно преподавания русского языка как иностранного.

Объектом исследования является 2 синонимических ряда глаголов с доминантой «убеждать» в их сопоставлении с китайскими аналогами.

Предметом исследования являются функционально-семантические особенности глаголов из 2-х синонимических рядов с доминантой «убеждать» (на фоне китайского языка).

Научная новизна работы наблюдается в том, что в ней будут выделены параметры разграничения семантики двух глагольных синонимических рядов с доминантой «убеждать» на материале современной прозы с целью оптимизации учебного процесса по русскому как иностранному, а также выделены сходства и различия указанных глаголов с их китайскими аналогами.

Гипотеза исследования заключается в том, что функционально-семантический анализ глагольных синонимических рядов с доминантой «убеждать» позволит выявить сходства и различия между рассматриваемыми глагольными синонимами, а также определить межъязыковые соответствия между ними и аналогичными китайскими глаголами для более эффективного представления указанного материала при обучении китайцев русскому языку.

Цель исследования – выявить и описать функционально-семантические особенности глагольных синонимических рядов с доминантой «убеждать» для их представления китайской аудитории.

Выбранная цель подразумевает решение следующих **задач**:

1. Дать описание теоретической базе исследования.
2. Выполнить выборку глаголов синонимических рядов с доминантой «убеждать» в 2-х различных значениях из словарей синонимов русского языка.
3. Проанализировать семантику отобранных глаголов на основе данных, взятых из толковых словарей русского языка.
4. Выявить особенности функционирования указанных глаголов на основе материалов национального корпуса современного русского языка; исследовать различия 2-х синонимических рядов, которые образуются от глагола убеждать в 2-х близких, но различающихся друга от друга значениях.
5. Сопоставить русские глаголы с семантикой убеждения с их китайскими аналогами.
6. Выделить межъязыковые соответствия и различия с точки зрения семантики, функционирования и стилистической принадлежности изучаемых русских и китайских глаголов.

Методами исследования являются: целевая выборка из словарей, а также выборка материала, примеров с веб-сайта «Национального корпуса русского языка»; метод компонентного анализа, который заключается в лингвистическом изучении смысла слов; частотно-статистический и статистический приёмы характеристики материалов; метод дистрибутивного анализа, то есть изучение отдельных единиц в тексте; метод контрастивного анализа.

В качестве **материала** исследования были использованы данные из различных источников, а именно: синонимические словари китайского и русского языков, психологические словари русского языка, толковые словари

русского и китайского языков, примеры, выбранные из художественной литературы, который были взяты с веб-сайта «Национального корпуса русского языка».

Теоретическая значимость работы состоит в том, что в ней рассматриваются принципы разграничения глаголов, входящих в синонимический ряд с доминантой «убеждать», с позиции их функционирования и семантики, для дальнейшего представления китайской аудитории.

Практическая значимость работы заключается в том, что полученные результаты являются актуальным материалом для практики преподавания русского языка как иностранного, составлении учебных материалов, при проведении специальных курсов по лексической семантике.

Структура работы включает в себя следующие части: введение, две главы, заключение, список использованной литературы.

Обоснование актуальности темы приводится во введении, также приводится определение объекту и предмету исследования. В первой главе анализируются теоретические основы исследования глагольных синонимов. Особое внимание уделяется вопросам синонимии, а также аспектам изучения глагольных синонимов в научной литературе.

Во второй главе, на основе данных словарей и данных «Национального корпуса русского языка», представлен детальный анализ особенностей семантики глаголов синонимических рядов с доминантой «убеждать» в 2-х разных значениях; рассмотрены сходства и различия этих глагольных синонимов. Отдельный параграф посвящен сопоставлению глагольных синонимов с доминантой «убеждать» в русском и китайском языках, сделаны выводы о межъязыковых соответствиях и различиях с точки зрения семантики, функционирования и стилистической принадлежности изучаемых русских и китайских глаголов.

1 ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ГЛАГОЛЬНЫХ СИНОНИМОВ С ДОМИНАНТОЙ «УБЕЖДАТЬ»

1.1 Роль глагола при изучении русского языка иностранными студентами

При обучении студентов-иностранцев русскому языку, вместе с общими материалами, посвященными грамматике и частями речи русского языка, так же вводятся основные разговорные конструкции и расширяется словарный запас. Глагол при этом занимает для учащихся центральное место в учебном процессе, являясь, по известному определению Н.Ю. Шведовой, «доминантой русской лексики» (Шведова 1983: 310). Все вопросительные и повествовательные конструкции строятся с использованием глаголов.

Иностранным студентам непросто изучать глаголы русского языка, поскольку глагол имеет спряжение, вид, время, и изменяется по лицам и числам. Все это представляет наибольшую сложность для иностранных студентов. Носители русского языка начинают воспринимать отличия в значениях и употреблении глаголов совершенного и несовершенного видов в раннем детстве. Это происходит одновременно вместе с приобретением навыков разговора и мышления на родном языке, параллельно с формированием русской языковой картины мира. Для иностранных же студентов, которые не относятся к славянской языковой группе, очень трудно усвоить все особенности глаголов русского языка.

Глагол как часть речи имеет общее грамматическое значение: действие; а также имеет лексические значения движения (прыгать, бегать, умываться), звучания (петь, звенеть), состояния (синеть, болеть), речи (говорить, отвечать), процесса (нагреваться), существования (жить, находиться), мысли (размышлять, думать) и т.д.

Под глаголом понимается часть речи, обозначающая какое-либо действия, процесс, состояние. Глагол отвечает на вопросы «что делать?» и «что сделать?».

Если проводить сравнение с остальными частями речи, то глагол имеет наибольшее количество грамматических категорий (лицо, вид, род, время, наклонение, залог). Глагол может быть переходным и непереходным, возвратным и невозвратным. Студенты-иностранцы должны изучать грамматические категории глагола, ведь эти знания необходимы студентам уже с самого базового уровня, без этих знаний нельзя в полной мере овладеть русским языком в его письменной и устной формах.

Наиболее базовая и часто встречаемая функция в предложении у глагола – являться сказуемым (Большой энциклопедический словарь – Языкознание., 2000). В. В. Виноградов считает, что среди всех грамматических категорий, именно глагольная семантическая структура в наибольшей степени гибкая и ёмкая. Помимо этого, он также считает, что глагольное слово сочетает в себе не только разнообразие значений, но и разнообразие форм (Виноградов, 1977).

Глагол богат грамматическими категориями и формами. Глагольных форм существует всего две: спрягаемые формы и неспрягаемые формы (неопределенная форма, причастие, деепричастие).

У глагола существуют дифференциальные признаки, которые можно определить, основываясь на критериях разграничений частей речи. Некоторые категории, которые включает в себя глагол, присущи только этой части речи: категории вида, залога, наклонения, времени, но есть категории и общие с другими частями речи: категории числа, лица, рода.

Таким образом, глагол – это наиболее сложная часть речи, наиболее семантически ёмкая и содержательная в грамматическом отношении. Глагол играет важную роль в процессе преподавания русского языка иностранным студентам. Знание глаголов помогает иностранным студентам быстрее понимать мысли и идеи автора. В начале изучения русского языка, при отсутствии большого словарного запаса, студенты выражают свои мысли при помощи простых глаголов.

1.2 Виды системных связей в лексике русского языка

1.2.1 Содержание и соотношение терминов «лексико-семантическое поле», «глагольный класс», «лексико-семантическая группа»

Система как часть языка – это одна из ключевых проблем, изучаемых лингвистикой. Используя научные исследования, можно прийти к выводу о том, что обычно под системностью лексики понимается определенная полнота и разнообразия типов, по которым группируются лексические единицы, их смысл и взаимоотношение между собой, природа этой связанности и взаимодействия. (Половникова, 1988). При этом большинство исследователей употребляют термин «лексико-семантическая система языка», поскольку он включает не только лексический уровень – уровень слова, но и уровень лексико-семантического варианта слова. Рассмотрим основные понятия, которые касаются системных связей в лексике.

Существуют несколько основных видов лексических объединений, которые можно расположить по иерархии семантических отношений: 1) синонимические и антонимические ряды; 2) тематические ряды (лексико-семантические подгруппы); 3) лексико-семантические группы; 4) лексико-семантические поля.

Согласно Д.Н. Шмелеву, лексико-семантическое поле – это самая объемная семантическая группировка слов (Шмелёв, 1973).

Под **лексико-семантическим полем** чаще всего подразумевается определенный набор лексических единиц, которые выражают конкретное понятие. Частями такого поля, в самом широком смысле, являются такие лексемы, как фразеологизмы, отдельные лексические понятия национального языка в совершенно различных его формах, при этом как разговорного, так и художественного. Эти формы исследуются на самом глубинном уровне, с использованием не только материалов по языкознанию, но и исторических источников.

Понятие лексико-семантического поля как такового содержит в себе определенные характеристики системы. При этом можно выделить два уровня. На уровне синхронности это выражается особенно ярко в сопоставлении понятий, которые разделяют все поле целиком, одна его часть выражает более общую сущность (гипонимы), а другая относительно частный смысл (гиперонимы). На генетическо-диахроническом уровне это особенная совокупность моделей мотивации, повторяемость моделей, образующих новые слова и множественность создающих их этимологических основ, которые, в свою очередь, и создают лексику поля.

Однако, лексико-семантическое поле стоит обособлено от систем фонологического и морфологического уровней, оно имеет ряд основных отличий из-за того, что тесно связано с внеязыковыми реалиями и является незамкнутой единицей организации лексики.

Лексико-семантическое поле по своей сути является объемным понятием. В нем пересекается несколько основных проблем, среди которых проблемы лексикологии, синонимии, антонимии, полисемии, определений слов и их соотношений. Поиск подходящих решений для задач, которые в лексике связаны с семантическими полями, в новом свете бросает свет на описанные проблемы.

Некоторые виды взаимоотношений лексико-семантических полей, а именно пересекающиеся, соподчиненные и смежные, организуют лексический уровень языка. Например, такие поля, как «колдовство», «лечение», «здоровье», «болезнь», «страдание», «вред» (Краткий понятийно-терминологический справочник по этимологии и исторической лексикологии. А. Ф. Журавлев, Ж. Ж. Варбот, 1998.)

Структура лексико-семантического поля так же весьма уникальна, ее сложность заключается в том, что элементы, находящиеся в составе поля имеют связь парадигматических отношений.

Некоторые исследователи используют вместо понятия «лексико-семантическое поле» - термин «глагольный класс» применительно к исследованию

системных семантических отношений между глаголами (Гуднов 2013). В таком случае *семантические классы можно понимать как* определенного вида лексические поля, являющие собой неоднородные по уровню сложности группы, части которых взаимосвязаны с помощью инвариантного значения-идентификатора. (Васильев, 1981). В нашей работе мы будем использовать более классический термин «лексико-семантическое поле».

Лексико-семантическое поле по своему составу является собранием различных компонентов, как главных, так и второстепенных. Лексико-семантические группы слов – это одни из основных компонентов поля. Если прибегать к более простому объяснению, то можно определить лексико-семантические группы как различные области лексико-семантического поля. Из этого можно сделать соответствующий вывод о том, что понятия «лексико-семантическое поле» и «лексико-семантические группы» являются родственными. По мнению Л.М. Васильева, понятием «лексико-семантическая группа» можно обозначить всякий семантический класс лексем, у которых есть хотя бы один общий семантический множитель или одна общая парадигматическая лексическая сема.

Под **лексико-семантической группой** (ЛСГ) понимают объединенную группу слов с одним основополагающим элементом, который обозначает отношения этих слов между собой, качество предметов, процессов и признаков.

Особенности ЛСГ:

- 1) наличие небольшого количества гиперо-гипонимических парадигм;
- 2) противоположение основных сем (интегральной и дифференциальной);
- 3) наличие разных парадигм в составе ЛСГ, а именно:
 - А) антонимические парадигмы;
 - Б) синонимические парадигмы;
 - В) тематические парадигмы и т.п.

(Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр. и доп. — Назрань: Изд-во "Пилигрим". Т.В. Жеребило, 2010.)

Исследователи предлагают разные варианты объединения глаголов в лексико-семантические группы. Так, например, глаголы в одном словаре-справочнике «Лексико-семантические группы русских глаголов» разделены на 3 крупных поля («отношение, состояние, действие»), в рамках которых выделяют подполя и группы.

Существует другой, более прикладной подход, в рамках которого названия ЛСГ даются в связи с темами общения и соответствующими ситуациями, при которых эти глаголы используются. С такой точки зрения объединяет глаголы в ЛСГ Т.А. Филиппова в своей статье, посвященной лексико-семантической специфике английских глаголов. Она предлагает 4 группы:

- 1) «Организация и управление»;
- 2) «Помощь и поддержка»;
- 3) «Обучение и развитие»;
- 4) «Физические и умственные действия» (Филиппова, 2013).

При выделении ЛСГ наиболее важным является наличие категориально-лексических сем, также общепринятыми являются три критерия:

- 1) парадигматические особенности,
- 2) наличие категориального признака,
- 3) наличие синтаксические свойства. (Буйленко, 2012).

При подобном разделении, внутри группы глаголов фрагментируется общий семантический признак, передающий ключевой глагол в его первоначальном виде. При этом, разные исследователи выделяют разные наименования у базового слова в составе ЛСГ, среди которых: доминанта (Богданов); имя поля (Караулов); категориальная архисема (Гак); ядерная единица (Ибрагимова); идентификатор (Кузнецова, Абрамов); гиперсема (Андреева); интегрирующий семантический множитель (Супрун) и прочие. Можно отметить, что этот подход является удачным для использования в преподавании русского языка как иностранного.

Рассмотрим структуру лексико-семантической группы, в ней выделяют две основных части: ядро и периферию. В ядро ЛСГ входят нейтральные семантически и стилистически слова, который имеют характер значения. В то же время в центре ЛСГ выделяется базовый синонимический ряд или базовое слово. Более же редкие наименования, имеющие большее количество дифференциальных сем и слова, имеющие коннотативный элемент значения, относятся к периферии ЛСГ.

1.2.2 Понятия «синонимический ряд» и «доминанта синонимического ряда»

Синонимический ряд — ряд лексических или фразеологических синонимов. Например, синонимический ряд прилагательных: *жестокый, безжалостный, бессердечный, бесчеловечный, лютый, свирепый*. Глагольный синонимический ряд: *Бояться, опасаться, пугаться, робеть, страшиться, трепетать, трусить, ужасаться* (Словарь-справочник лингвистических терминов. Розенталь, Теленкова, 1976).

Синонимические отношения присутствуют в фразеологической, лексической, словообразовательной и грамматической системах языка. Обратимся к синонимии в области лексики. Лингвисты предлагают различные определения синонимии, по причине того, что и сам русский язык имеет несколько систем семантически близких слов, которые обладают разными стилистическими, эмоциональными или смысловыми оттенками значения. По верному замечанию Ю. Д. Апресяна, формальное определение лексических синонимов не представляется возможным (Апресян 1995: 60).

Синонимы используются для выделения деталей и различных крайне тонких оттенков в самой сущности понятий, либо для выражения эмоциональных, жанровых, стилистических и прочих отличий. (Лингвистический энциклопедический словарь, 1990). П. Н. Денисов пишет о том, что как синонимы определяется те слова, которые наиболее идентичны по значению, выражают

практически единое понятие, и различаются только в оттенках значения и стилистической окраске, либо же и тем, и тем. (Денисов, 1980).

Синонимы относятся к одной части речи. Важно сказать, что синонимами являются не все слова, схожие по семантике и значению. С точки зрения Д. Н. Шмелева, синонимами можно назвать слова, у которых не совпадают по семантические признаки, имеющие свойство обретать нейтральный смысл в определенных позициях (Шмелев, 1977).

Синонимы объединяются в синонимические ряды. Синонимические ряды бывают небольшие (из двух слов), или протяженные, которые могут включать иногда более двадцати слов. Синонимический ряд образуют соотносимые между собой синонимы (два или более), при описании одинаковых явлений, действий, признаков, предметов образующие целую группу (Фомина, 2001).

Доминанта синонимического ряда – это определяющее по значению и стилистически нейтральное слово. Остальные синонимы из синонимического ряда уточняют и расширяют значение слова-доминанты, обладают спецификой употребления в коммуникации. «Через значение доминанты можно объяснить значения других слов синонимического ряда, доминанта организует весь синонимический ряд» (Гуднов 2013: 14). Например, синонимический ряд с доминантой *думать* включает в себя следующие глаголы: «*думать — размышлять — раздумывать — мыслить — соображать — помышлять*. Общее значение глаголов этого синонимического ряда — «погружаться в какие-либо мысли, размышления, предаваться раздумью» — выражено в его доминанте. Остальные синонимы этого ряда выражают процесс мыслительной деятельности, но различаются по определённым семантическим параметрам (большая или меньшая длительность процесса мышления; глубина и всесторонность обдумывания и др.)» (Гуднов 2013: 17).

1.2.3 Виды синонимов

Китайские русисты, которые занимаются вопросами синонимии в функционально-семантическом аспекте, выделяют три подгруппы синонимии. Это – следствие разных функций, которые выполняют синонимы в языке. С этой точки зрения существуют синонимы идеографические, контекстуальные, стилистические. Отметим, что при этом границы между видами синонимов могут быть относительно неустойчивыми (Чжан Ци. «Русские синонимы».)

У идеографических синонимов крайне схожие лексические значения, однако между ними остаются различия в области смысла. Данные группы слов различаются по степени интенсивности определённых семантических признаков, по степени экспрессивности, а также сочетаемостью.

Стилистические синонимы – это слова, которые имеют одинаковое лексическое значение, но обладают разными экспрессивными оттенками и используются в разных стилях речи. Опираясь на эти экспрессивные оттенки, стилистические синонимы принадлежат к определённому стилю речи.

Контекстуальными синонимами называют слова, которые различны по значению, однако, в некоторых отдельных случаях, могут быть в том или ином смысле взаимозаменяемыми, они имеют одинаковый смысл. Использование контекстуальных синонимов проявляет разнообразие живого воображения и позволяет избегать повтора слов.

Соответственно, синонимические ряды могут быть рассмотрены как совокупность слов, равных или очень близких по значению. Связи слов синонимического характера являются подтверждением того факта, что русскую лексику можно рассматривать как систему.

1.3 Методика изучения глагольных синонимических рядов в лингвистических исследованиях

В настоящее время в российской лингвистической науке появляется достаточно много работ, в которых изучаются синонимические ряды, в том числе – в сопоставлении с другими иностранными языками. Особенно большой интерес

вызывают глагольные синонимические ряды, что можно объяснить богатством и разнообразием глагольной семантики (Гуднов 2013; Зубкова, Караваева 2008; Каныгина 2012; Карандашова 2003; Цыганова 2015 и др.).

Анализируя эти работы, можно выделить следующую методику изучения глагольных синонимических рядов:

1. Выделение синонимического ряда на основе анализа словарей синонимов и идеографических словарей.
2. Анализ значений синонимов в ряду на основе толковых словарей и словарей синонимов.
3. Выделение смысловых признаков, по которым различаются синонимы. (Например, для синонимов глаголов речевой или интеллектуальной деятельности такими смысловыми признаками могут быть: цель речевого/мыслительного акта, фокус внимания, способ деятельности, интенсивность, протяженность во времени и др.).
4. Выделение различий в стилистических характеристиках синонимов, их сочетаемости и грамматических характеристиках.
5. Анализ употребления глаголов синонимического ряда в различных контекстах, уточнение смысловых различительных признаков, анализ стилистической характеристики глаголов.
6. Формулирование выводов относительно сходств и различий глаголов определённого синонимического ряда.

В нашем исследовании мы будем придерживаться этой методики анализа глаголов синонимического ряда с доминантой убеждать.

1.4 Межъязыковая эквивалентность лексических единиц

Контрастивная лингвистика – это новое теоретико-прикладное направление, которое появилось в лингвистической науке в конце XX века.

Контрастивная лингвистика очень схожа с сопоставительным языкознанием, точнее она вышла из него, поэтому их методы исследования очень похожи между собой, например, самым главным является параллельное сравнение слов и фраз из двух неродственных языков. В это сравнение входит изучение всех компонентов значений, а так же изучение национальных особенностей семантики слова.

Для определения и описания национальной особенности семантики слова так же существует свой метод – синхронно-сопоставительный. По-другому этот метод называется, как «бинарное сопоставление языков». Его главная задача заключается в поиске наилучших аналогий в двух разных языках. Берется лексическая единица в одном языке, и посредством сравнения, параллельного соответствия и определения специфики использования, находится ее эквивалент в другом языке. Данный метод существует в контрастивной лингвистике относительно недавно, однако является одним из наиболее точных, для поиска переводных эквивалентов.

Главной проблемой контрастивного исследования лексики является межъязыковая эквивалентность лексем. Эквивалент – это такая единица речи, которая схожа с другой единицей речи по функции, а так же способна выполнять ту же функцию, что и другая единица речи, так говорит нам словарь лингвистических терминов. Но иногда, в некоторых языках просто не существует таких эквивалентов, которые есть в другом языке. Если мы сравним конкретные слова из разных языков, то мы легко сможем убедиться в этом, бывает, что понятие слова в одном языке не имеет определения и именованя в другом языке, например: в русском языке: Маджонг - это китайская азартная игра. Она происходит, как от мандаринского 麻雀 (má què), так и от кантонского mǎhjúuk, что буквально означает “воробей”. Воробей часто изображается на первой плитке игрового набора. В китайском языке соответствий данным русским лексическим единицам не выявлено.

Выявить правильный межъязыковой эквивалент является очень сложной задачей. Лингвисты, которые специализируются на изучении национальной специфики семантики слова, считают это своей основной задачей. Под языковым эквивалентом, в большинстве своем лингвисты подразумевают точное соответствие каждой микро единицы перевода, но при этом лингвисты так и не пришли к единому мнению, что можно считать правильным эквивалентом.

Существуют различные разделения межъязыковых соответствий, например, Я.И. Рецкер классифицировал их следующим образом, он разбил межъязыковые соответствия на *эквиваленты; аналоги и без эквивалентные единицы*.

Эквиваленты – это полное соответствие лексических единиц из двух разных языков, так же они еще называются «равнозначные» соответствия.

Аналоги - лексическая единица одного языка имеет несколько аналогов в другом языке. По-другому аналоги называются «вариантные соответствия».

Без эквивалентные единицы – не имеют точного эквивалента, и для того чтобы передать их смысл, необходимо использовать похожие слова, а так же различные лексические соответствия.

Рецкер разделяет эквиваленты на два вида: полные эквиваленты и частичные. Первые – это те, которые полностью совпадают по всем значениям, а у вторых наблюдаются совпадение только в части, но не во всех значениях. (Рецкер, 2004)

Лингвисты Костомаров и Верещагин, в процессе изучения проблемы взаимосвязанности языка и культуры, предложили для эквивалентности следующее определение: «слова, лексические понятия которых являются межъязыковыми, называются эквивалентными: они легко переводятся, и при их усвоении вполне допустим семантический перенос» (Е.М. Верещагин, 1983).

По мнению ученых, лексическое соответствие (или понятие) между языками – это понятие, присутствующие в нескольких культурных общностях, и при этом без значительных информационных потерь релевантно выражается на разных языках. Как пример можно привести слово стул в толковом словаре

Ожегова, это – «вид мебели для сиденья» (первая сема), «со спинкой» (вторая сема), «на одного человека» (третья сема). Если обратиться к толковому словарю английского языка, то лексема chair (стул) там объясняется через «a seat» (сиденье), далее «for one person» (для одного человека), и «usually with a back» (обычно со спинкой). На это примере можно увидеть, что в двух языках тождественны толкования слов, другими словами, совпадают семы. Из этого можно сделать вывод, что со словами стул и chair связаны совпадающие, то есть эквивалентные межъязыковые лексические понятия.

П.П. Михайлов дает следующее определение межъязыковой эквивалентности «межъязыковая эквивалентность слова – это сохранение относительного равенства содержательной и функционально-коммуникативной информации, содержащейся в словах двух (или более) сравниваемых или сопоставляемых языков» (Михайлов, 2006).

Автор составил свой алгоритм, которому стоит следовать, чтобы установить межъязыковую эквивалентность. Алгоритм состоит из следующих шагов: 1) Определить условие сопоставления;

2) определить степень этого соответствия в рассматриваемых языках;

3) определить степень эквивалентности в языках, которых ищутся соответствия.

Межъязыковые соответствия и эквиваленты сопоставляются по различным факторам, и они должны быть четко обоснованы для того, чтобы можно было в полной степени определить эти соответствия. Анализ лексем по отдельным семам (денотативным, функциональным, коннотативным) является главным фактором при контрастивном сопоставлении.

ВЫВОДЫ

Анализ научной литературы показывает, что глагол играет очень важную роль в процессе обучения иностранных студентов русскому языку. Глагол можно считать наиболее сложной, самой семантически ёмкой, а также очень грамматически содержательной частью речи. Быть сказуемым – это его основная функция в предложении.

Знание глаголов помогает иностранным студентам с более высокой скоростью понимать русскую речь, воспринимать мысли и идеи авторов литературных произведений. Владение глаголами помогает студентам более успешно выражать свои мысли в различных ситуациях общения, даже при отсутствии большого словарного запаса.

Как и все языковые единицы, глаголы характеризуются системными связями. Выделяют несколько основных видов лексических объединений, которые расположены по иерархии семантических отношений: 1) лексико-семантические поля; 2) лексико-семантические группы; 3) тематические ряды (лексико-семантические подгруппы); 4) синонимические и антонимические ряды.

Под **лексико-семантическим полем**, как правило, подразумевается определенный набор лексических единиц, которые выражают конкретное понятие. Частями такого поля являются различные части речи, это самая объемная семантическая группировка слов

Лексико-семантическая группа (ЛСГ) — это объединенная группа слов с одним основополагающим элементом, который обозначает отношения этих слов между собой, качество предметов, процессов и признаков. Существует три основных критерия, когда выделяют ЛСГ: «1) наличие категориального признака (категориальной семы), 2) общие синтаксические свойства 3) общие парадигматические особенности» (Буйленко 2012: 89).

В структуру ЛСГ входят синонимические ряды. Под синонимами в нашем исследовании понимаются «слова, близкие или тождественные по своему значению, выражающие одно и то же понятие, но различающиеся или оттенками

значения, или стилистической окраской, или и тем и другим» (Денисов, 1980: 98). К синонимам относятся слова одной части речи. Синонимический ряд – два и более лексических синонима, которые соотносятся между собой при обозначении одних и тех же явлений, предметов, признаков, действий и т. д.

В синонимическом ряду выделяется доминанта. Доминанта синонимического ряда – это стилистически нейтральное и определяющее по значению слово. Остальные синонимы уточняют и расширяют значение слова-доминанты, характеризуются своей спецификой употребления в коммуникации.

Существуют различные классификации синонимов. С точки зрения функционально-семантического подхода выделяют три подгруппы синонимии: идеографические синонимы, стилистические синонимы, контекстуальные синонимы. В то же время, границы между теми или иными видами синонимов могут быть довольно зыбкими.

Основываясь на анализе исследовательских работ, посвящённых глагольной синонимии, мы придерживаемся следующей методики изучения глагольных синонимических рядов:

1. Выделение синонимического ряда на основе анализа словарей синонимов и идеографических словарей.
2. Анализ значений синонимов ряда на основе толковых словарей и словарей синонимов.
3. Выделение смысловых признаков, по которым различаются синонимы.
4. Выделение различий в стилистических характеристиках синонимов, их сочетаемости и грамматических характеристиках.
5. Анализ употребления глаголов синонимического ряда в различных контекстах, уточнение смысловых различительных признаков, анализ стилистической характеристики глаголов.
6. Формулирование выводов относительно сходств и различий глаголов определённого синонимического ряда.

Кроме этого, существует новое теоретико-прикладное направление, которое появилось в лингвистической науке в конце XX века - это контрастивная лингвистика. Она очень схожа с сопоставительным языкознанием, они имеют схожие задачи, цели и методы исследования. В основе контрастивной лингвистики лежит параллельное сравнение лексем двух языков, сравнение идет по всем основным элементам, а так же изучение особенностей языка. Главная цель контрастивной лингвистики – поиск межъязыковых эквивалентов. Достижение цели происходит с помощью проведения параллели между двумя неродственными языками и поиском в них соответствий, а так же с помощью сравнения особенностей функционирования лексических систем, а так же нужно определить факторы, по которым осуществляется сопоставление, чтобы определить межъязыковые соответствия или эквиваленты.

2 ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГЛАГОЛЬНЫХ СИНОНИМОВ С ДОМИНАНТОЙ «УБЕЖДАТЬ»

2.1 Общий обзор и характеристика материала

В этой главе для исследования выбраны два синонимических ряда: по каждому синонимическому ряду отобраны четыре глагола, они принадлежат к одной серии синонимов. Первый синонимический ряд: *убеждать 1, доказывать, уверять, внушать*; второй синонимический ряд: *убеждать 2, уговаривать, агитировать, склонять*.

Во-первых, в работе приводится анализ значений указанных глаголов, которые выбраны из толковых словарей. В работе исследуются 2 синонимических ряда, которые образуются от глагола «убеждать» в 2-х близких, но различающихся друга от друга значениях. Далее из национального корпуса русского языка, из текстов художественной литературы второй половины 20 - начала 21 века отобраны примеры их употребления, чтобы проанализировать контекст, в котором эти глаголы обычно используются.

Глагол «убеждать» и его синонимы часто используются в повседневной жизни. Он относится к убеждению людей послушать что-то или побудить других участвовать в чем-то. Мы анализируем семантику изучаемых глаголов, во-первых, на основе современных русских толковых словарей; во-вторых, на основе контекстов их употребления в художественной литературе второй половины 20 – начала 21 вв.

2.2 Особенности семантики глагольных синонимов с доминантой «убеждать» по данным словарей современного русского языка

Обратимся к анализу семантики исследуемых глаголов по данным толковых словарей современного русского языка.

У глагола «убеждать» есть два значения.

Убеждать в значении 1 – «ориентирован на изменение мнения адресата, воздействие оказывается на его ментальное состояние» (Апресян 2004: 1172). Пример: *Он убедил (значение 1) меня, что математика – это лучшее занятие для моего сына.* Синонимический ряд 1 – убеждать 1, доказывать, уверять, внушать.

Убеждать в значении 2 – «ориентирован на изменение намерений адресата с тем, чтобы он совершил нужный поступок» (Апресян 2004: 1172). Пример: *Он убедил меня поехать учиться за границу.* Синонимический ряд 2 – убеждать 2 – агитировать, склонять, уговаривать.

Убежда'ть — «1) Когда какой-либо человек *убеждает* других людей в чём-либо, то это означает, что он использует истинные, логичные, очевидные (как он считает) аргументы, чтобы вы поверили во что-то. Сегодня никого не надо убеждать, что компьютер — полезный инструмент для обработки информации. Чёткие аргументы *убедили* даже самых заядлых скептиков» (Дмитриев 2003; Ефремова 2000).

Убедить — «1) в чём. Заставить поверить чему-л., уверить в чём-л. У. в необходимости поездки. У. в своей правоте. У. в обоснованности предъявляемых требований. Меня убедил в этом мой жизненный опыт» (Кузнецова 2000).

Из этих определений видим, что глагол «убеждать-убедить» характеризуется большой силой воздействия («заставлять поверить») и предполагает использование аргументов. Аргументами могут быть любые утверждения, которые говорящий считает истинными, логичными, очевидными.

Рассмотрим определения глагола «доказывать-доказать» в толковых словарях.

Доказывать — «если вы убеждаете кого-либо в истинности, неоспоримости какого-либо факта, явления, суждения и т. п. при помощи аргументов и объективных сведений, данных, значит, вы это доказываете»; «подтверждать, обосновывать что-л. фактами, доводами» (Дмитриев 2003; Ефремова 2000).

Доказать – «подтвердить истинность, правильность чего-л. фактами, доводами» (Кузнецова 2000).

Глагол «*доказывать – доказать*», согласно определениям из словарей, имеет следующие отличительные признаки: этот глагол ориентирован на изменение мнения адресата; этот глагол предполагает, что аргументами являются ссылки на факты, объективные сведения (в отличие от глагола «убеждать», для которого аргументами могут быть любые правдоподобные сведения).

Проанализируем определения глагола «*уверить – уверить*» по данным толковых словарей.

Уверить — 1) Заставлять поверить чему-л. или во что-л., убеждать в чем-л. 2) Делать обнадеживающее заявление, ручаться за что-л.; заверять (Ефремова 2000).

Уверить — «заставить поверить во что-л. или чему-л., убедить в чём-либо» (Кузнецова 2000).

В отличие от предыдущих глаголов, в определениях глагола «*уверить – уверить*» отсутствуют указания на аргументы, факты, доводы. В случае глагола «*уверить*» говорящий желает, чтобы адресат принял его точку зрения на веру, поэтому аргументация не является обязательной. Формулировка «заставлять поверить», согласно, словарям, одинакова для глаголов «уверить» и «убеждать», что свидетельствует о большой силе воздействия на адресата. Однако для более точного определения различий в силе воздействия этих глаголов необходимо проанализировать примеры их употребления.

Последний из исследуемых нами глаголов – «*внушать-внушить*».

Внушать — «Когда кто-то внушает какие-то мысли другому человеку, он заставляет этого человека понять и усвоить эти мысли или заставляет этого человека прийти к какому-либо убеждению» (Дмитриев 2003; Ефремова 2000).

Внушить — «Воздействуя на волю, сознание, заставить усвоить что-либо» (Большой толковый словарь под ред. Кузнецова С.А. Справочное издание

— СПб: «Норинт», 2000); «воздействуя словами на волю, сознание, заставляя усвоить какую-л. мысль, прийти к какому-л. убеждению» (Ефремова 2000).

Из этих определений можно сделать вывод, что глагол «*внушать-внушить*», хотя не исключает использование фактов и доводов, но предполагает более тонкие, непрямые способы воздействия на сознание адресата («воздействуя на волю, сознание...»), при этом говорящий обретает определенную психологическую власть над адресатом («воздействуя словами на волю, заставляя усвоить...»).

Рассмотрим определения глагола *убеждать* во втором значении (ориентация на изменение намерений адресата) и соответствующий синонимический ряд.

Убеждать — «2) Когда вас кто-либо убеждает делать, сделать что-либо, то это означает, что он словами пытается заставить вас делать, сделать что-либо. Убеждать народ прийти на выборы. Убеждать кого-либо в необходимости что-то сделать. Правительство убеждает Думу принять единый социальный налог» (Дмитриев 2003; Ефремова 2000).

Убедить — «2) (обычно с инф., или союзом чтобы). Уговаривая, склонить к чему-л., заставить сделать что-л. Надо у. больного обследоваться. Я не могу у. принять проект к рассмотрению. Убеди сына отказаться от приглашения. Ты хочешь у. меня, чтобы я принял участие в конференции?» (Кузнецова 2000;).

Из этих определений видим, что глагол «убеждать-убедить» характеризуется большой силой воздействия («заставлять поверить и склонить») и сделать так, чтобы кто-то согласился с вашим мнением или желанием.

Рассмотрим определения глагола «*уговаривать-уговорить*» в толковых словарях.

Уговаривать — «Убеждать, заставляя согласиться с кем-л., чем-л., склонять к чему-л.» (Ефремова 2000).

Уговорить — «св. кого (что), (с инф.). Убеждая, склонить к чему-л., заставить согласиться с кем-, чем-л. У. больного на операцию. Друзья уговорили

меня пойти в театр. *Уговорил* не жаловаться. Мы *уговорили* его на мороженое. Тотчас *уговорили* пойти с нами. *Уговорили*, чтобы он приехал. *Уговаривать*, -аю, -аешь; нсв. Настойчиво *уговаривал* преподавателя поставить зачёт» (Кузнецова 2000).

Глагол «*уговаривать-уговорить*» означает сделать так, чтобы кто-то согласился сделать то, что вы от него хотели. Вообще, «*убедить*» можно использовать там, где используется «*уговорить*», а вот наоборот нельзя. «*Убедить*» – действие и понятие более широкое, чем «*уговорить*».

Проанализируем определения глагола «*агитировать – сагитировать*» по данным толковых словарей.

Агитировать — «несов. неперех. 1) Осуществлять активную деятельность по внедрению каких-л. идей с целью воздействия на сознание или на настроение народных масс. 2) разг. Убеждать в чем-л., склонять к чему-л.» (Ефремова 2000). *Агитировать* — «1) (кого). Заниматься агитацией (1 зн.). А. рабочих сделать что-л. А. за выдвинутого депутата. А. среди молодёжи. А. против обсуждаемого законопроекта. 2) (св. сагитировать). (кого). Разг. Убеждать в чём-либо., склонять к чему-либо. Зря агитируешь: у меня на сей счёт своё мнение!» (Кузнецова 2000).

В отличие от предыдущих глаголов, по формальному признаку «*агитировать*» – это вести информационную кампанию. Слово нейтральное, хотя обрело легкую негативную окраску из-за пресыщения общества скандальными разоблачениями, интригами, расследованиями. В случае глагола «*агитировать*» говорящий желает, чтобы адресат принял его эмоцию, мысли и цель.

Последний из исследуемых нами глаголов – «*склонять-склонить*».

Склонять — «несов. перех. Убеждать, уговаривать делать что-л., соглашаться на что-л.» (Ефремова 2000).

Склонить — «перен., к чему или на что. Убедить что-нибудь сделать, предпринять. *Склонить* к бегству. «Ни патриарх, ни думные бояре склонить его доселе не могли.» Пушкин. *Склонить* слух или ухо (книжн., устар.) - тоже, что

приклонить слух (см. приклонить). «Вы слух на песнь мою склоните.» (Ушаков 1935-1940 : 857).

Из этих определений можно сделать вывод, что глагол «*склонять-склонить*» часто используется в разговорной речи, показывает, что говорящий говорит везде, использует слова для агитации, а затем становится центром темы и заставляет людей доверять.

Для более детального анализа сходств и различий между рассматриваемыми глаголами обратимся к примерам употребления этих глаголов в текстах художественной литературы второй половины XIX – начале XX веков, представленным на сайте Национального корпуса русского языка.

2.3 Особенности функционирования глагольных синонимов с доминантой «убеждать» (по данным национального корпуса русского языка).

Синонимический ряд 1 – убеждать 1, доказывать, уверять, внушать

Анализ употребления исследуемых глагольных синонимов в текстах художественной литературы второй половины XIX – начале XX веков, представленным на сайте Национального корпуса русского языка, позволил уточнить семантические параметры, по которым эти глаголы различаются.

Синонимы отличаются друг от друга по следующим смысловым параметрам:

Цель речевого акта, ожидаемый результат (знание или мнение в случае *доказывать*; мнение в случае *убеждать*; мнение, основанное на вере, в случае *уверять*; мнение, основанное на психологическом воздействии, в случае *внушать*).

1. Сила воздействия на адресата с целью убедить его и сила сопротивления адресата (у глагола *убеждать* больше, чем у глагола *уверять*).
2. Манера убеждения (с глаголами *уверять*, *убеждать*, *доказывать* используются наречия, которые указывают на эмоциональность, манеру

изложения; с глаголом *внушать* употребляются наречия, которые свидетельствует о непрямом, тонком воздействии на адресата).

3. Характер тезиса, мнения, в котором *убеждают*. (*Убедить* и *уверить* можно и в истинных, и в ложных тезисах; *внушить* можно как истинные, так и ложные тезисы, мнения; а доказать, чаще всего, истинные тезисы. Глагол *уверить* используется чаще всего для конкретного тезиса бытового характера; глаголы *убеждать* и *доказывать* можно использовать для мировоззренческих, философских тезисов).
4. Характер аргументации (глагол *доказывают*, чаще всего, с помощью аргументов – ссылок на факты; для глагола *убеждать* в качестве аргументов могут быть любые утверждения, которые подтверждают правдоподобность мнения/тезиса; глаголы *уверить* и *внушать* можно и без специальных аргументов, просто повторяя тезис, ссылаясь на собственное знание или психологически воздействуя на адресата).
5. Возможность перформативного употребления (перформативное употребление возможно для глагола *уверить*, но невозможно для глаголов *доказывать*, *убеждать* и *внушать*).

Обратимся к примерам, которые демонстрируют указанные смысловые различия.

Глагол «*доказать*» ставит цель изменить мнение адресата. Чаще всего при этом говорящий использует ссылки на факты, нередко используется развёрнутая аргументация. Это видно из следующих примеров:

«Каким-то хитрым статистическим приёмом *доказал* правомерность такого выбора» (Людмила Улицкая. Казус Кукоцкого [Путешествие в седьмую сторону света] // «Новый Мир», 2000).

«В общем, факт за фактом, цифра за цифрой разбирает дело, не оставляет камня на камне, *доказывает*, что никаких данных для уголовного обвинения нет и, следовательно, нет данных и для обвинения политического». (Анатолий Рыбаков. Тяжелый песок (1975-1977)).

«Молодой московский историк профессор Разводовский, только что посаженный, и никогда, конечно, не бывавший на фронте, умно, горячо, убедительно *доказывал* соображениями социальными, историческими и этическими, что в войне есть и хорошее». (Александр Солженицын. В круге первом, т.1 (1968).

«Х приводил *доказательства*, я не помню их сейчас. Он мне доказал. Я: а как же Бог? Почему-то такой вопрос задала» [Ксения Букша. Завод «Свобода» // «Новый мир», 2013].

Глагол «*убеждать*» также ставит цель – изменение мнения адресата. Однако характерной чертой этого глагола является большая сила воздействия на адресата, в случае глагола *убеждать* адресат становится оппонентом говорящего и говорящий вынужден прикладывать усилия, чтобы преодолеть его сопротивление.

Приведём пример: «Подробно, аргументированно, блистая формулировками, доказательствами, концепциями, идеями, он *убеждал* Канаева часа полтора, тот сперва глухо упрямылся, потом заинтересовался, потом начал поддакивать, а потом и сам уже подбрасывал идеи и в результате дал согласие» (Елена Белкина. От любви до ненависти (2002).

В связи с этим говорящий не только приводит аргументы, не обязательно строго фактические (в отличие от глагола *доказывать*), но также старается воздействовать и на эмоции адресата: «Тут к нему подскочил итальянец-продавец, залепетал, наверно, расхваливал, *убеждал* купить, стал чуть ли не впихивать толмачу книг у в руки, тыкать пальцем в иллюстрации, мол, смотри, какие красивые картинки!». (Михаил Шишкин. Венерин волос (2004). В следующем примере указан тон как средство эмоционального воздействия: «Это несложно, – тоном опытного искусителя *убеждал* он» (Семен Данилюк. Рублевая зона (2004).

При использовании глагола «*уверять*» говорящий стремится к тому, чтобы адресат принял его точку зрения на веру. В связи с этим специальная аргументация не нужна. В примерах употребления этого глагола не встречается

указаний на аргументы, более того, подчёркивается, что уверять можно и не в истинном тезисе, не подкреплённым фактами:

«Писатель Диктантов, автор многочисленных научно-фантастических романов, *уверял*, что раз может летать птица, то может летать и человек» (Марк Сергеев. Волшебная галоша, или Необыкновенные приключения Вадима Смирнова, его лучшего друга Паши Кашкина и 33 невидимок из 117-й школы (1971).

Наконец, глагол «*внушать*» имеет целью воздействие на адресата с помощью более тонких средств, помимо аргументации. Эти средства воздействия могут быть различны: «Ничего же страшного, вы *убедите* своих дядьев, что ничего страшного, *внушал* я ему и старался понравиться, специально побрился, а мы вас отблагодарим, это все для святого дела; не хотят встречаться, пусть хоть напишут» (Александр Терехов. Каменный мост (1997-2008). «Здесь руководство постоянно держит людей в напряжении, *внушает*, что не сегодня-завтра на них нападут» (Алена Браво. Комендантский час для ласточек // «Сибирские огни», 2012).

Если оценивать по критерию силы воздействия на того, кому адресован глагол и возможности обратной реакции, синоним «*убеждать*» имеет отличия от синонимов «*доказывать*» и «*уверять*». *Доказывать и уверять* – эти глаголы подразумевают несколько большую открытость адресата для нового знания или убеждения, и меньшее сопротивление убеждению говорящего. Глагол *убеждать* нередко используется с такими наречиями как «с трудом», «еле-еле», указаниями на продолжительность убеждения, что свидетельствует о достаточно большой силе сопротивления адресата:

«Я *убеждал* с неделю, в результате сдался сам» (Алексей Моторов. Преступление доктора Паровозова (2013).

«Он напряг глаза и окончательно *убедился* в том, что это был кортеж того самого ээсовца, по приказу которого расстреляли партизан, а его сам ого отпустили... Иван с трудом *убедил* себя, что так может быть... Пять мотоциклов

с колясками — два впереди и три сзади бронемашины» (Геннадий Семар. Снежка — речка чистая (1977))

Если тезис или мнение являются истинными, в этой ситуации возможно использование трёх синонимов: *убеждать*, *доказывать*, *уверять*. Если в тезис сложно поверить или он является ложным, в этом случае используются глаголы *убеждать*, *уверять*, *внушать*. «Он всегда клятвенно уверяет меня, что мы лишь «заскочим на минутку в один зал бросить взгляд», и всегда мы застреваем там на полдня» (Дина Рубина. Медная шкатулка (2011-2015)). «Сам врал, сбивал с толку, а потом внушал, что она забыла, потому что старая уже и ни на что не годится» (Александра Маринина. Ангелы на льду не выживают. Т. 1 (2014)). «Еле-еле я убедил его, — что это я вспоминаю чье-то фронтовое стихотворение, да всех слов вспомнить не могу» (Новый объяснительный словарь синонимов русского языка, стр. 1173).

Для глагола *уверять* характерно использование с союзом «будто», что подчёркивает недостоверность или сомнительность тезиса: «Студент физмата, он *уверял*, будто такое строение лобной части черепа свидетельствует о выдающихся математических способностях» [Леонид Юзефович. Казароза (2002)].

«В общем я ничего не могу. Соколовский *уверял*, будто люди выпрямились. Кто, спрашивается, выпрямился? Может быть, Савченко?» [И. Г. Эренбург. Оттепель (1953-1955)].

Глаголы *уверять*, *убеждать*, *доказывать* могут характеризоваться с точки зрения характера, манеры убеждения и/или аргументации.

В примерах употребления всех этих трёх синонимов встречаются наречия, которые характеризуют эмоциональную сторону воздействия (вдохновенно, запальчиво, горячо, пылко и др.). «— Ты же пойми, начальница, — вдохновенно *убеждал* он Марго, — здесь все на автоматике, есть я или нет, работает одинаково» [Наль Подольский. Книга Легиона// «Октябрь», 2001]. «Яков

Нусимович с Гришей слушали Аркашу, который запальчиво *убеждал* ухмылявшегося старика» [Асар Эппель. Сладкий воздух (1990-2000)].

«– Я уверен, что Ламзина подставили, – горячо уверял он» (Александра Маринина. Ангелы на льду не выживают. Т. 1 (2014)

«Я пылко *уверял* ее, что стану хирургом, что руки у меня золотые, и в д оказательство приводил умение стрелять» (Анатолий Азольский. Диверсант// «Новый Мир», 2002)

«Он всюду горячо *доказывал*, что если он и видит немного хуже других, так это совсем не мешает ему люто ненавидеть фашистов и стать военным человеком» [А. И. Мусатов. Клава Назарова (1958)].

Что касается глагола *внушать*, он может использоваться с наречиями «тайком», «мысленно», «исподволь», что свидетельствует о непрямом, тонком воздействии на адресата. «Сестра исподволь внушала Ольге, что муж ей не пара» (Новый объяснительный словарь синонимов русского языка, стр. 1172). «Да замолчи ты, баба! — мысленно внушал ей Петрок

Чего ты заедаешься? Разве не видишь, кто перед тобой?» (Василь Быков. Знак беды (1982).

Наконец, перформативное употребление достаточно типично для глагола *уверить*, но невозможно для глаголов *доказывать*, *убеждать* и *внушать*. «— *Уверю* вас, энергично говорила она, в ближайшие годы ваш талант заблещет новыми гранями» (Василий Аксенов. Пора, мой друг, пора (1963). «Это не самое приятное зрелище, уверю вас...» [Наталья Александрова. Последний ученик да Винчи (2010)].

Таким образом, анализ примеров употребления глагольных синонимов *убеждать*, *доказывать*, *уверить* и *внушать* в текстах художественной литературы второй половины XX – начала XXI веков подтвердил семантические различия между этими глаголами, которые отмечаются в толковых словарях. А также позволил выявить ряд других семантических признаков, по которым эти глаголы совпадают и различаются.

Синонимический ряд с глаголом убеждать 2 - агитировать, склонять, уговаривать

Семантика глагола убеждать 2 имеет логический характер. Следовательно, для того чтобы *убедить* человека используются аргументы. Из толкового словаря Дмитриева Д.В., **аргумент** - это такое ваше суждение, которое вы высказываете, чтобы доказать свою правоту в каком-либо вопросе.

1. «Но, конечно, один только этот аргумент *не убедил* ее, и замуж за Павла она не торопилась.» [А. И. Слаповский. Большая Книга Перемен // «Волга», 2010].

В данном примере прямо показана связь глагола «*убеждать*» и аргументации, в контексте глагола «*убеждать*» используется слово «аргумент».

2. В произведении «Большая книга перемен» используется сразу несколько аргументов для убеждения собеседника «Немчинов возразил» - после слова «возразил» идут аргументы, почему нужно издать книгу, посвященную Посталыкину: «ваша серия про замечательных людей, а не знаменитых, Посталыкин же намного замечательнее многих известных персон, кому вы, не жалея бумаги, посвящаете толстые тома». [Алексей Слаповский. Большая Книга Перемен // «Волга», 2010]
3. «— Мы подходим друг другу, — убеждал Коля. — Я страшно умный, не урод, талантливый.» [А. И. Слаповский. Большая Книга Перемен // «Волга», 2010]

Здесь Коля *убеждает*, почему они подходят друг другу и приводит для этого аргументы, перечисляя свои достоинства: умный, талантливый.

4. В произведении Мариам Петросян используется убеждение: «Он *убеждал* себя, что это не так», убеждение происходит за счет аргументов: «хороший воспитатель умело скрывает свои эмоции» - это

аргументы, которыми он *убеждал* себя. [Мариам Петросян. Дом, в котором... (2009)].

5. «Я писал все, что знал и про Степана Ивановича, и про наши с ним разговоры, как мы спорили с ним, как я *убеждал* его отказаться от пагубных его затей, и про Ивашева, и про ревельские воды.» [Михаил Шишкин. Всех ожидает одна ночь (1993-2003)].
6. «Коля поначалу брать пачку не хотел, но тренер *убедил* его, что листовки необходимы. Они — мандат, без которого он дальше Малоярославца никогда не доберется, и Коля, устав спорить, засунул их в вещмешок.» [Владимир Шаров. Воскрешение Лазаря (1997-2002)]

Тренер с помощью аргументов *убедил* Колю взять листовки с собой. «Они — мандат, без которого он дальше Малоярославца никогда не доберется» - это и есть аргументы тренера.

7. «И постепенно, словно расшатывая столб, принялся *убеждать* Елтышевых съездить в тайгу.» [Роман Сенчин. Елтышевы (2008) // «Дружба Народов», 2009]

В данном примере с помощью слова «постепенно» показывается продолжительность воздействия на собеседника, побуждение собеседника к действию.

8. «И серьезность, с какой он воспринял рассказ, поразила: Натан принялся горячо *убеждать* меня написать про это...» [С. Б. Рассадин. Книга прощаний. Воспоминания о друзьях и не только о них (2004-2008)]

«Принялся горячо *убеждать*» - используется наречие, которое выражает эмоциональное состояние говорящего, и так же побуждает к действию.

9. В произведении Дины Рубиной используются разные степени воздействия на собеседника: «Он *доказывал, убеждал, уговаривал, рисовал дивные картины...*», доказывал – логический способ воздействия (логика); убеждал – способ воздействия с помощью аргументов, уговаривал – более эмоциональный способ воздействия. [Дина Рубина. Русская канарейка. Блудный сын (2014)]

«Уговаривать»

Уговаривать – глагол, который предполагает воздействие на эмоции и на волю.

Уговаривать можно не с помощью аргументов, а с помощью обещаний. Поэтому глагол *уговаривать* может использоваться вместе с глаголом «обещать».

1. В произведении «Тяжелый песок», мы как раз можем наблюдать, воздействие на эмоции с помощью различных фраз, таких как «Словом, обещает ей золотые горы», «восхищаются её голосом, тоже *уговаривают* ехать в Петербург, тоже сулят золотые горы». [Анатолий Рыбаков. Тяжелый песок (1975-1977)].

«Восхищаются ее голосом» - воздействие на эмоции, попытка ублажить человека, «обещают золотые горы» - так же воздействие на эмоции.

2. «Потом они звонили по соседним квартирам, пока какая-то соседка всё-таки трубку не сняла, и орали, *уговаривали*, чтобы она вышла на лестничную клетку и позвонила бы Кате в дверь.» [Марина Зосимкина. Ты проснешься. Книга первая (2015)]

Также глагол «*уговаривать*» используется с глаголами, которые по своей семантике предполагают сильное эмоциональное воздействие на собеседника и даже могут быть грубыми и разговорными. Как например в данном предложении используется слово «орать». Если о каком-либо человеке говорят, что он **орёт**, значит, этот человек говорит слишком громко, кричит; в разговорной речи, часто с оттенком неодобрения. [Дмитриев Д.В. (ред.). Толковый словарь русского языка. М.: Астрель: АСТ, 2003. - 1578 с.– (Словари Академии Российской)].

3. «По домам ходили агитаторы. *Уговаривали* жильцов проголосовать как можно раньше. Я не спешил.» [Сергей Довлатов. Чемодан (1986)]

В этом примере глагол «уговаривать» равен по значению глаголу «агитировать»

4. «При этом начальство слезно просило нас *уговаривать* родственников и знакомых, чтобы они легли в больницу.» [Алексей Моторов. Преступление доктора Паровозова (2013)]
5. «— Ну подумай сам, — начал я мягко *уговаривать* директора.» [Вальтер Запашный. Риск. Борьба. Любовь (1998-2004)]

В двух предыдущих примерах глагол «уговаривать» используется с наречиями, которые передают ту или иную эмоцию – «мягко», «слезно».

6. «Иногда Гриша обнимал мужа и жену, гладил им плечи и начинал их *уговаривать*, очень кротко и ласково: «Не ругайтесь, не ругайтесь.» [Майя Кучерская. Современный патерик: чтение для впавших в уныние (2004)]

С помощью глаголов «обнимать», «гладить» выражается нежность, ласка, то есть идет воздействие на эмоции.

7. «Ещё немножко, ещё! — хрипло *уговаривал* людей трактирщик.» [Василь Быков. Камень (2002)]
8. «Все это время Семен Давидович вел себя спокойно и с достоинством, а во время разъездов и ожиданий тихим голосом *уговаривал* Фиру не верить» [Саша Бородин. Ключевой вопрос (2003) // Интернет-альманах «Лебедь», 2003.11.09]
9. «— Голос коммерсанта лился легко, сладкоречиво, укутывал, призывал, *уговаривал*.» [Влада Валеева. Скорая помощь (2002)]
10. «Успокаивающим тоном, каким, должно быть, санитары *уговаривают* пациента надеть смирительную рубашку» [Елена Ханга. Про все (2000)]

Для глагола «*уговаривать*» важны характеристики речи, поскольку уговаривающий человек опирается не столько на логические аргументы, сколько на другие факторы. В примерах 7-10 в ближайшем контексте вместе с глаголом «уговаривать» употребляются наречия и словосочетания, передающие характеристики голоса и манеры речи говорящего: тихим голосом; хрипло; сладкоречиво; легко; успокаивающим тоном.

«Агитировать»

Глагол *агитировать* имеет два значения: 1) Осуществлять активную деятельность по внедрению каких-либо идей с целью воздействия на сознание или на настроение народных масс. 2) Убеждать в чем-либо, склонять к чему-либо. [Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково- словообразовательный. М.: «Русский язык», 2000.]. Первое значение тесно связано с политикой, а второе значение больше подходит для разговорной речи.

В следующих примерах разберем употребление глагола «агитировать» в обоих значениях:

1. А по СТС только эти мультяшки видела... правда они кажется в принципе за выборы *агитируют*. [Рекламные ролики на TV (2007)]

Чаще всего глагол «*агитировать*» используется вместе с лексикой, связанной с политикой. В данном примере отвечает на вопрос «за что?», - агитирует за что? – за выборы.

2. Но пока утро — светлое и абсентное — мы вдвоем, разговор беспорядочен, и снова о коммунистах, не простых, а 96-го года, за которых Лукич тогда политически *агитировал* в составе панк-движения «Русский прорыв». [А. Ю. Колобродов. Игорь Тальков, «Ласковый май» и другие исторические события // «Волга», 2011]

Политическая агитация.

3. «За Ельцина так *агитируют*, что к нему уже хочется относиться, как к Аристиду», — сказал И. О. (в 1988): см. [М. Л. Гаспаров. Записи и выписки (2001)]

В этом примере отвечает на вопрос «за кого?», так же связан с политикой.

4. Одни *агитируют* за единоличную власть атамана Семенова, другие — за военную диктатуру генерала Молчанова, третьи — за Дитерихса. [К. С. Бадигин. Секрет государственной важности (1974)]

В примере 3 идет агитация за определенный режим, за распорядок жизни.

5. В твоём возрасте я уже *агитировал* солдат повернуть штыки против Вильгельма. [А. М. Титов. Общежитие писателей // «Волга», 2015].

Используется агитация к действию – «повернуть штыки».

6. Зарабатывал на жизнь литературным трудом, банки не грабил, из партийной кассы не кормился, за поражение своего отечества *не агитировал*, шпионажем не увлекался, во время следствия ни в чем не каялся, никого не заложил. [В. М. Селезнев. Социалистическая утопия или социалистический реализм? (2011) // «Волга», 2016].
7. Он неустанно *агитировал* за мир с Германией, доказывая, что Лондону и Берлину нечего делить, а война неизбежно закончится крушением Британской империи. [Анна Харитоновна, Виктор Хрущев, Дмитрий Ледашин. Прекрасная леди Гитлера и Черчилля // «Совершенно секретно», 2003.07.10].

Наречие «неустанно» - указывает на длительность процесса, и говорит нам о том, что агитирование – это длительный процесс убеждения.

8. Высокий, почти под два метра, он расхаживал по станице с длинной дубинкой и *агитировал* против Советов. [Андрей Геласимов. Разгуляевка (2008)]

В данном примере используется более редкое применение глагола «*агитировать*» - агитировать против.

9. А предстоящий наркоз? Все время *агитирую* его начать писать. Веня: «О работе ты мне не говори. [Наталья Шмелькова. Последние дни Венедикта Ерофеева (2002)]

В ситуациях, где идет агитация в обычной жизни, в ситуации не связанной с политикой, глагол «*агитировать*» равен по значению глаголу «*уговаривать*»

10. А теперь вот, как могу, *агитирую* молодежь за компьютерную грамотность. [А. Чувилин, С. Амелин. Обновление Переславля // «Техника - молодежи», 1987].

Так же равен значению глагола «*уговаривать*», но с разговорным контекстом.

11. «Я всячески *агитирую* мать не брать этой комнатухи», дальше приводятся аргументы, почему не стоит брать эту комнату, перечисляются основные недостатки: «окраина, 11 метров, нет телефона, нет ванны, грязно, и три остановки трамвая от метро.» [Г. С. Эфрон. Дневники. Т. 1. 1940 (1940)].

Равен значению «*уговаривать*» с разговорным оттенком, приводятся доводы и аргументы.

12. Комитетчики пытаются устраивать свои порядки, *агитируют* разговорами всякими, думают — *елей на душу льют*. [Олег Копытов. Долгая дорога // «Сибирские огни», 2013]

Уговаривают с помощью воздействия на эмоции. «Елей на уши льют» - пример воздействия на эмоции.

13. Пример использования слова «агитировать»: «Личным примером пусть *агитируют!*». [Сергей Залыгин. Соленая Падь (1967)]

Показывает, что агитировать можно не только словами, но и действиями, примером.

14. «Хорошо, – покладисто кивнула Настя, – если не согласна – возражай, обсудим твои аргументы. Я не собираюсь тебя *уговаривать* или

агитировать» - используются глаголы «уговаривать или агитировать», агитировать – более сильная степень воздействия на собеседника, большая интенсивность усилий. [Александра Маринина. Ангелы на льду не выживают. Т. 1 (2014)]

15. Через час распределили роли: Кумилкин составит бизнес- план, займется подготовкой и планировкой территории, Абдрыков пойдет в местные мастерские и там собственноручно сварит необходимые металлические конструкции, а Одутловатова пошлют по городу *агитировать* детей, чтобы не носились по улицам перед машинами, а шли бы в культурный парк культурно отдыхать. [Алексей Слаповский. 2006]

Используется в значении «уговаривать».

«Склонять»

Глагол *склонять* имеет следующие значение: «Убеждать, уговаривать делать что-либо, соглашаться на что-либо» [Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково- словообразовательный. М.: «Русский язык», 2000.]

Чаще всего глагол «склонять» используется с предлогом «к», а также с дательным падежом, отвечая на вопрос «к чему?», то есть склонить к чему-либо, склонять к действию. Еще одной особенностью является употребление этого глагола с отглагольными существительными. Все эти особенности отражены в примерах ниже:

1. «В этот же период времени подсудимый Троицкий *склонял* соучастников дискуссий *к изготовлению, распространению* среди студенчества» [Александр Романов. Новые страницы саратовского краеведения // «Волга», 2010].
2. «Формально не возражая против компромиссного разрешения кризиса, он *склонял* Турцию *к неуступчивости*» [Владимир Дегоев. Россия и Бисмарк // «Звезда», 2001].

3. «В своих стихах он обращался к Августу, пытаясь *склонить* его к *прощению*» [Д. В. Бавильский. Чужое солнце (2012)].

4. «А здесь юнкер *склоняет* невинную Лиму к побегу из родительского дома» [А. И. Куприн. Гранатовый браслет (1911)].

Кроме того, глагол «*склонять*» используется вместе с инфинитивом», что подчеркивает значение этого глагола – убеждать совершить какое-либо действие:

5. «Он тупо не чувствовал ее страхов и что это значило для нее... Но если бы случилось, это случилось, — склонял бы сам *избавиться*» [Олег Павлов. Асистолия // «Знамя», 2009].

6. «Во-первых, ла Шетарди настойчиво *склонял* Елизавету обратиться за военной помощью к Швеции» [Пётр Черкасов. Опасные связи // «Родина», 2009].

В качестве подлежащего при глаголе «*склонять*» может употребляться не только одушевленные, но также неодушевленные существительные.

7. «Долгие безуспешные *поиски* мясной добычи всё чаще и чаще *склоняли* нас к вегетарианской еде: орехи, лавровишня, черника.» [Фазиль Искандер. Сюжет существования (1965)].

Наконец, отметим, что в ближайшем контексте с глаголом «*склонять*» могут употребляться глаголы, содержащие семы угрозы, применения силы с целью склонить к определенному действию или решению. Таким образом, глагол «*склонять*» предполагает не только убеждение, но также воздействие различными невербальными способами на субъекта, в том числе – с применением силы, преследований, шантажа и т.п.

8. В данном примере: «Мы *подвергались преследованиям*, нас *шантажировали* в прессе» - склонение с помощью угроз, шантаж, автор рассказывает как у них обыскивали кабинеты, квартиру, «*угрожали*, *склоняли* к даче ложных показаний, отправляли во

внеплановые командировки в Чечню». [Лариса Кислинская. Приступить к ликвидации // «Совершенно секретно», 2003.04.03].

Таким образом мы проанализировали два синонимических ряда с глаголом «убеждать» в двух разных значениях. После анализа двух синонимических рядов с глаголом «убеждать» в двух разных значениях можно понять, что значения двух синонимических рядов схожи, но есть тонкие различия.

Убеждать в значении 1 – «ориентирован на изменение мнения адресата, воздействие оказывается на его ментальное состояние» (Апресян 2004: 1172). Синонимический ряд 1 – убеждать 1, доказывать, уверять, внушать.

Убеждать в значении 2 – «ориентирован на изменение намерений адресата с тем, чтобы он совершил нужный поступок» (Апресян 2004: 1172). Синонимический ряд 2 – убеждать 2 – агитировать, склонять, уговаривать.

Первый синонимический ряд направлен на изменение мнения, мышления, образ мыслей – это достигается с помощью двух способов. Первый способ – с помощью аргументации, например глагол «доказывать» и «убеждать» в значении 1. Глагол «доказать» ставит цель изменить мнение адресата. Чаще всего при этом говорящий использует ссылки на факты, нередко используется развёрнутая аргументация. Второй способ – с помощью воздействия на эмоции, например, глагол «внушать» имеет целью воздействие на адресата с помощью более тонких средств, помимо аргументации, стараться понравиться собеседнику, делать ему комплименты и т. д.

Семантика глагола *убеждать* из второго синонимического ряда также имеет логический характер. Следовательно, для того чтобы убедить человека изменить намерение, совершить какое-либо действие используются аргументы. Глагол «агитировать» во втором синонимическом ряду глаголы используется в политических ситуациях, при агитации, пропаганде. Глагол «уговаривать», в отличие от глагола «убеждать 2», предполагает не только и не столько аргументацию, но воздействие на эмоции, что выражает использование

различных наречий, характеризующих характер эмоционального воздействия: уговаривать «мягко», «сладкоречиво», «слёзно», «горячо», «хрипло», «постепенно» и т.п.

Глаголы из рассмотренных синонимических рядов так же различаются частотностью употребления. Исходя из данных национального корпуса русского языка (тексты художественной литературы второй половины XX-начала XXI вв.), в первом синонимическом ряду наиболее частотным словом является – «доказывать» (568 употреблений), а наименее частотным – «внушать» (125 употреблений). Во втором синонимическом ряду наиболее частотным глаголом является – «уговаривать» (531 употребление), а реже всего используется глагол «склонять» (27 употреблений). Помимо этого, остальные глаголы встречаются следующее количество раз: «уверять» – 138 употреблений, «убеждать» – 286 употреблений, «агитировать» – 70 употреблений.

2.4 Сравнительный анализ русских и китайских глаголов с семантикой убеждения

В русском и китайском языках значение глагола «убеждать» имеет примерно одинаковое значение.

Современный китайский словарь дает следующую формулировку глаголу «убеждать»: «Побудить некое лицо, человека выполнить то или иное действие или согласиться с другим мнением», «Путём логического объяснения вещей делать так, чтобы люди прислушивались» [现代汉语词典(增补本). 北京: 商务印书馆, 2000. 1767 页.].

Исходя из современного китайского словаря, а также русско-китайского словаря, в китайском языке в основном используются следующие глаголы в значении «убеждать»:

1. 说服 (shuōfú) – уговаривать; убеждать

2. 劝, 劝说 (quàn, quànshuō) – убеждать, уговаривать, увещевать; советовать.

Убедить человека сделать что-то или заставить его согласиться на что-то.

在妈妈的劝说下 – с помощью уговоров мамы.

3. 证明 (zhèngmíng) – доказывать, удостоверить, свидетельствовать.

Использовать надежные материалы или факты, чтобы показать или судить об истине или ложности и т. д.

证明一条定理 | 我证明他当时不在场 (Докажи теорему | Я доказал, что его там не было)

4. 宣传 (xuānchuán), 鼓动 (gǔdòng) – агитировать, пропагандировать;

Объяснять что-то публике, передавать информацию.

Например: 宣传党的政策 – (пропаганда политики партии), 鼓动群众 - агитировать массы.

5. 使...相信 (shǐ...xiāngxìn) – заставить (кого-то) поверить, составлено из двух слов 使 – заставить и 相信 – поверить, вместе дает значение убедить.

我使他相信了他不对 (я убедил его, что он не прав).

В китайском языке у глагола «убеждать» есть два основных значения: давать совет и уговорить. Убеждение, в отличие от русского языка, в основном происходит с помощью воздействия на эмоции, для этого в китайском языке есть свои методы и особенности. Например, редупликация глагола – дублирование, повторение глагола дважды подряд. Редупликация придает выражению говорящего мягкую форму просьбы, заверения, снимает категоричность высказывания, делает предложение более тактичным, деликатным, а также смягчает тон побуждения и указания. Редупликация имеет следующие значения:

1. Располагает к себе собеседника, демонстрирует дружественное, доверительное отношение;
2. Излагает адресованную к собеседнику мысль в форме некатегоричной, вежливой просьбы.

В следующих примерах попробуем показать, как с помощью редупликации глаголов можно ненавязчиво воздействовать на эмоции и *уговаривать, убеждать* собеседника:

1. Без разницы, для чьего блага, для твоего или ее собственного, но пусть и она постарается *уговорить* папочку.

不管是为了你，还是为了她自个儿，也该去劝劝她爹嘛。[刘震云 / Liú Zhènyún. 我不是潘金莲 / wǒ bú shì pān jīn lián (2012) | Лю Чжэньюнь. Я не Пань Цзиньянь (О. Родионова, 2015)].

2. Давай я пойду вместе с тобой, попробую *уговорить* Шэнь Сюэ?

“我跟你一块去，劝劝沈雪。”[刘震云 / Liú Zhènyún. 手机 / shǒujī (2003) | Лю Чжэньюнь. Мобильник (О. Родионова, 2016)]

3. 我昨天亲劝劝他呀，他还是不听 – Я вчера *уговаривал* его, да он всё не слушается.

В этих примерах используется редупликация глагола 劝(quàn) – *убеждать, уговаривать*. Как мы видим, он повторяется два раза. В русском языке нет аналога этому и поэтому в переводе на русский язык практически не будет изменений. Однако по косвенным признакам можно понять, что предложение становится более мягким, так, в примере 1 используется уменьшительно-ласкательное слово – «папочка», что сразу передает смягченный характер предложения. Другими словами, если бы не было дублирования глагола 劝(quàn), то было бы неуместно

использовать уменьшительно-ласкательное «папочка», так как предложение было бы более категоричным. Во втором примере также используется редупликация глагола «уговаривать» - 劝 (quàn) – это смягчает тон предложения, в переводе на русский язык об этом указывает слово «попробую» перед глаголом «уговорить», «попробую уговорить» звучит не так категорично, как «уговорю», создается эффект мягкого разговора.

Далее мы рассмотрим примеры использования глаголов с семантикой убеждения в китайской литературе (начала XXI века) и перевод данных примеров на русский язык. Так же рассмотрим примеры использования глаголов с семантикой убеждения в произведениях русской классической литературы и их перевод на китайский язык. С помощью примеров мы сравним, в каком контексте используются глаголы с семантикой «убеждать» в китайском языке, а также покажем, какие конкретно слова используются для передачи исследуемых нами глагольных значений.

Примеры употребления исследуемых глагольных синонимов в текстах художественной литературы представлены на сайте Русско-китайского параллельного корпуса НКРЯ [<http://ruzhcorp.ruscorpora.ru/>].

说服 (shuōfú) - уговаривать; убеждать

1. И она поверила, то ли в самом деле ее *убедила* эта улыбчивая женщина, то ли ничего другого ей не оставалось, но она вышла совсем в ином настроении и впервые за много дней улыбнулась.

她相信了她的话，不知是这位面带微笑的妇女说服了她，还是因为她除此之外别无选择，反正她离开医生时完全换了一种情绪，而且在过了这么多天以后第一次微笑了。 [А. Варламов. Рождение (2002) | 瓦尔拉莫夫 / Wǎ ěr lā mò fū. 生——瓦尔拉莫夫小说集 / shēng——wǎ ěr lā mò fū xiǎo shuō jí (余一中 / Yú Yīzhōng, 2002)]

В данном примере косвенно показывается воздействие на эмоции, «её убедила эта улыбчивая женщина», женщина убедила не с помощью аргументов, а с помощью улыбки.

2. Александра Павловна с живостью обратилась к нему. — Пожалуйста, Сережа, помоги мне *убедить* этого упрямого человека (она указала на Лежнева) в том, что Рудин необыкновенно умен и красноречив.

亚历山德拉·巴甫洛夫娜敏捷地转身对他说：“谢尔盖，请你帮我说服这个固执的人（她指了指列日涅夫）。让他相信罗亭确实非常聪明，口才极好。[И. С. Тургенев. Рудин (1855) | 伊万 屠格涅夫 / Yīwàn Túgényièfū. 罗亭 / Luóting (徐振亚 / 沈念驹, 2000)].

«С живостью обратилась», «убедить этого упрямого человека» - это указывает на эмоциональный диалог, с воздействием на мнение человека.

劝, 劝说 (quàn, quànshuō) – убеждать, уговаривать

1. «Чжан увидел, что я пал духом, и тихонько стал меня *убеждать*: – Сяо Мо, ты такой талантливый, зачем тебе быть каким-то вонючим шофером, разве ж можно из зенитки палить по комарам? погоди, удача тебя еще отыщет». «章技师看出了我的沮丧，悄悄地劝我：小莫，你满腹文采，当个臭车夫，岂不是高射炮打蚊子大材小用？等着吧，会有好运气来找你的。」[莫言 / Mò Yán. 变 / biàn (2012) | Мо Янь. Перемены (Н.Н. Власова, 2014)].

«Тихонько убеждать» – используется наречие, которое выражает эмоциональное состояние говорящего. Также мы наблюдаем использование комплимента – «ты такой талантливый» – как способ воздействия на эмоции человека.

2. «Маньли стала *убеждать* Лю Юэцзиня, чтобы тот не смел возвращаться в Хэнань, иначе его непременно вычислят, и тогда уж ему несдобровать.»

«马曼丽劝刘跃进，连河南老家都不能回，防止有人顺藤摸瓜，在河南抓住他.» [刘震云 / Liú Zhènyún. 我叫刘跃进 / wǒ jiào Liú Yuèjìn (2007) | Лю Чжэньюнь. Меня зовут Лю Юэцзинь (О. Родионова, 2016)]

Убеждает с помощью воздействия на эмоции, с помощью запугивания – если вернется, то ему «несдобровать».

3. «Тот долго *уговаривал* его, но отец не поддавался и отстаивал свою позицию.»

«陈县长劝说了半天，爹不服，据理力争». [莫言 / Mò Yán. 生死疲劳 / Shēngsǐ píláo (2006) | Мо Янь. Устал рождаться и умирать (И.А. Егоров, 2014)]

«Долго *уговаривал*» – указывает на продолжительное воздействие на собеседника.

4. Чжао Большоголовый, который не мог в это поверить, стал ее *убеждать*: — Я знаю, сколько обид у тебя накопилось, но не нужно напрасно себя обманывать.

赵大头也不信牛会说话，劝李雪莲：“知你心里憋屈，别再胡思乱想了” [我不是潘金莲 / wǒ bú shì pān jīn lián 刘震云 / Liú Zhènyún 2012].

5. Маньли старалась *убедить* Лю Юэцзиня в благоразумии не только ради него самого, но и ради себя, ведь она тоже все видела.

马曼丽这么劝他，既是为了刘跃进，也是为了她自己，因为她也看了这 u 盘

[刘震云 / Liú Zhènyún. 我叫刘跃进 / wǒ jiào Liú Yuèjìn (2007) | Лю Чжэньюнь.

Меня зовут Лю Юэцзинь (О. Родионова, 2016)]

6. «А я-то думал дожидаться подходящего момента, выйти из машины и, пользуясь тем, что мы из одной деревни, *уговорить* их разойтись.»

«我原本还想找个恰当的机会，下车去，仗着一个村的熟关系，劝说他们离去。」 [莫言 / Mò Yán. 生死疲劳 / Shēngsǐ píláo (2006) | Мо Янь. Устал рождаться и умирать (И.А. Егоров, 2014)].

В данном примере *уговаривает* не с помощью аргументов, а пользуясь тем фактом, что «мы из одной деревни». Тоже своеобразное воздействие на человека, внушает доверие людям.

7. «Тяжело ходил Смурый, в пальто, надетом на ночное белье, и гулким голосом *уговаривал* всех: — Да постыдитесь!»

«这时候，斯穆雷笨重地踱来踱去。他在睡衣外边披上一件大衣；大声向众人劝说：“也不害臊呀!» [М. Горький. В людях (1914) | Максими́м Го́尔基 / Mǎkèxīmǔ Gāoě'jī. 在人间 / zài rén jiān (楼适夷 / Lóu Shìyí, 1956)]

Употребляется наречие, передающее характеристику голоса говорящего: гулким голосом.

证明 (zhèngmíng) – доказывать

Данный глагол в китайском языке почти всегда опирается на логические аргументы и факты, зачастую подтвержденные документально.

1. Сначала буду судиться, чтобы *доказать*, что развод был ненастоящим.

李雪莲：“先打官司，证明这离婚是假的。 [刘震云 / Liú Zhènyún. 我不是潘金莲 / wǒ bú shì pān jīn lián (2012) | Лю Чжэньюнь. Я не Пань Цзиньянь (О. Родионова, 2015)].

«Доказать» с помощью суда – является показателем неоспоримого факта.

2. Если человек в своей жизни опирается лишь на здравомыслие, это является *доказательством* того, что он уже миновал предыдущую стадию эмоций.

这个人在用心生活，证明他已经从不用心的阶段走过来了。 [刘震云 / Liú Zhènyún. 我叫刘跃进 / wǒ jiào Liú Yuèjìn (2007) | Лю Чжэньюнь. Меня зовут Лю Юэцзинь (О. Родионова, 2016)]

3. Выйти во имя личности отца, чтобы поддержать его авторитет и *доказать*, что я не трус.

为了我爹的个性，为了我爹的尊严，也为了证明我的勇敢。[莫言 / Mò Yán. 生死疲劳 / Shēngsǐ píláo (2006) | Мо Янь. Устал рождаться и умирать (И.А. Егоров, 2014)]

Доказать с помощью действия, доказать поступком, «выйти во имя личности отца».

4. И с новыми подробностями, на новом историческом материале объясняли, *доказывали*, почему окончательное общее счастье все-таки невозможно.

以新的细节，在新的历史资料上作出解释并证明，为什么最终的共同幸福毕竟是不可能的。[М. Харитонов. Линии судьбы, или Сундучок Милашевича (1992) | 哈里托诺夫 / Hālǐtuōnuòfū. 命运线 / Mìngyùn xiàn (严永兴 / Yán Yǒngxīng, 2003)].

Доказывали на историческом материале, следовательно, доказательство подтверждено фактами из материала.

宣传 (xuānchuán), 鼓动 (gǔdòng) – агитировать

Этот глагол в китайском языке имеет ярко выраженный политический контекст, а так же просто используется для передачи информации обществу, публике.

1. Я же знаю, что ты коммунист и меня *агитировал* вступить в партию, вот и отвечай за свои дела».

我知道你是党员，还曾经鼓动我入党，现在你可得对自己的事负责了。

[М. А. Шолохов. Судьба человека (1956) | 肖洛霍夫 / Xiàoluòhuòfū. 一个人的遭遇 / Yīgè rén de zāoyù (草婴 / Cǎo Yīng, 2001)]

Политическая агитация и призыв к действию – вступить в партию.

2. 宣传共产主义思想 – пропагандировать идеи коммунизма.

Так же этот глагол используется в значении «пропагандировать».

3. В этом примере используется слово «*агитировать*» в политическом контексте, рассказывается как главный герой был подвергнут ссылке, прожил в ссылке два года, а после освобождения из ссылки занимался агитацией: «В конце двенадцатого года его подвергли административной ссылке в Вологодскую губернию, где он провел два года, после чего ездил из города в город, встречаясь на явочных квартирах с неизвестными, но очень значительными лицами и занимаясь *агитацией, агитацией...*»

一九一二年底，他受到行政流放处治，在沃洛格达省住了两年，后来就在各个城市之间来回走动，把编写得很粗糙、又是自行印刷的书籍、文件藏进医生旅行箱里，到处分送。还到秘密联络点和一些不报姓名、地位显赫的人物们接头，不断地进行宣传**鼓动**工作。[Л. Е. Улицкая. Медя и ее дети (1996) | 柳德米拉·乌利茨卡娅 / Liūdémílā wūlicíkǎyà. 美狄娅和她的孩子们 / Měidíyà hé tā de háizimen (李英男, 尹城 / Lǐ Yīngnán, Yīn Chéng, 1999)].

4. Необходимо *пропагандировать* охрану окружающей среды среди граждан.

要加强环境**宣传** [сри. 十九大新闻中心举行“打好生态环保攻坚战”集体采访 (2017) | В пресс-центре 19-го съезда КПК состоялось коллективное интервью по теме «Продолжительная и трудная борьба с загрязнением экологической среды» (Россия-Китай: главное, 24)]

Так же используется в значении слова «пропагандировать», доносить что-то до масс, до общественности.

Таким образом, сравнив глаголы с семантикой убеждения в русском и китайском языках, можно найти много общего в значении, употреблении и

использовании данных глаголов. Отличия тоже есть, одним из них является то, что китайские глаголы «убеждать» и «угovarивать» в основном воздействуют на эмоции человека, в отличие от русского языка, в котором используются аргументы и логические доводы. Для убеждения с помощью фактов и аргументов в китайском языке используется, как правило, глагол «доказывать» – 证明 (zhèngmíng).

Глагол «агитировать» и в китайском, и в русском языке имеет яркий политический подтекст, а также используется для информирования народа, призыва к действию.

ВЫВОДЫ

На основе анализа определений из толковых словарей в русском языке можно выделить 2 синонимических ряда с исследуемым глаголом в 2-х основных значениях. *Убеждать* в значении 1 – «ориентирован на изменение мнения адресата, воздействие оказывается на его ментальное состояние» (Апресян 2004: 1172). Синонимический ряд 1 – *убеждать 1, доказывать, уверять, внушать*. *Убеждать* в значении 2 – «ориентирован на изменение намерений адресата с тем, чтобы он совершил нужный поступок» (Апресян 2004: 1172). Синонимический ряд 2 – *убеждать 2 – агитировать, склонять, уговаривать*.

Анализ употребления исследуемых глагольных синонимов из первого синонимического ряда в текстах художественной литературы второй половины XIX – начале XX веков позволил выделить семантические параметры, по которым различаются эти глаголы. Это следующие параметры.

1. Цель речевого акта, ожидаемый результат (знание или мнение в случае «*доказывать*»; мнение в случае «*убеждать 1*»; мнение, основанное на вере, в случае «*уверять*»; мнение, основанное на психологическом воздействии, в случае «*внушать*»).
2. Сила воздействия на адресата с целью *убедить* его и сила сопротивления адресата (у глагола «*убеждать*» больше, чем у глагола «*уверять*»).
3. Манера убеждения (с глаголами «*уверять*», «*убеждать 1*», «*доказывать*» используются наречия, которые указывают на эмоциональность или на манеру изложения; с глаголом «*внушать*» употребляются наречия, которые свидетельствуют о непрямом, тонком воздействии на адресата).
4. Характер тезиса, мнения, в котором убеждают («*убедить 1*» и «*уверить*» можно и в истинных, и в ложных тезисах; «*внушить*» можно как истинные, так и ложные тезисы, мнения; а «*доказать*», чаще всего, истинные тезисы).

5. Характер аргументации (доказывают, как правило, с помощью аргументов – ссылок на факты; для глагола «убеждать 1» в качестве аргументов могут быть любые утверждения, которые подтверждают правдоподобность мнения/тезиса; «уверять» и «внушать» можно и без специальных аргументов, просто повторяя тезис, ссылаясь на собственное знание или психологически воздействуя на адресата).
6. Возможность перформативного употребления (перформативное употребление возможно для глагола «уверять», но невозможно для глаголов «доказывать», «убеждать 1» и «внушать»).

Анализ употребления исследуемых глагольных синонимов из второго синонимического ряда в текстах художественной литературы второй половины XIX – начале XX веков позволил сделать следующие выводы.

1. Глаголы синонимического ряда 2 различаются ситуациями их употребления («убеждать 2» используется в максимально широком наборе ситуаций, «уговаривать» чаще употребляется в бытовых ситуациях, «агитировать» используется в политических ситуациях, при агитации, пропаганде).
2. Указанные глаголы также различаются с точки зрения характера аргументации (глагол «убеждать 2» имеет логический характер, и предполагает использование аргументов, доводов с целью изменить намерение человека; глагол «уговаривать» необязательно предполагает логическую аргументацию, напротив, предусматривает воздействие на эмоции и волю).
3. Рассматриваемые глаголы предполагают разную манеру убеждения (с глаголом «убеждать 2» в ближайшем контексте нередко приводятся аргументы в пользу того или иного решения; глагол «уговаривать» часто используется с наречиями, которые передают различные способы воздействия на эмоциональное состояние собеседника – уговаривать

«мягко», «сладкоречиво», «слёзно», «горячо», «хрипло», «постепенно» и т.д.; с глаголом «склонять» возможно употребление глаголов или наречий, которые выражают воздействие на волю с помощью угроз, преследований, насилия, шантажа и т.п.).

4. Глаголы различаются управлением и сочетаемостью (глагол «склонять» используется с инфинитивом или с отглагольными существительными (склонять к чему + Д.п.); «агитировать» употребляется с лексикой, которая относится к сфере политики и управляет существительными в В.п. с предлогом «за» (агитировать за кого? за что?); все рассматриваемые глаголы употребляются с инфинитивом и придаточным предложением с союзом «чтобы».

Был проведен сравнительный анализ глаголов с семантикой «убеждать» в русском и китайском языках, что помогло найти общие черты и основные различия. Современный словарь китайского языка так описывает значение глагола «убеждать» – «побудить некое лицо, человека выполнить то или иное действие или согласиться с другим мнением». Отличительной чертой является то, что в русском языке убеждение осуществляется в большей степени с помощью аргументов, а в китайском – с помощью воздействия на эмоции.

Для сравнения было отобрано семь китайских глаголов с семантикой убеждения:

- 说服 (shuōfú) – уговаривать, убеждать;
- 劝, 劝说 (quàn, quànshuō) – убеждать, уговаривать, увещевать; советовать.
- 证明 (zhèngmíng) – доказывать, удостоверить, свидетельствовать.
- 宣传 (xuānchuán), 鼓动 (gǔdòng) – агитировать, пропагандировать;

- 使 ... 相信 (shǐ...xiāngxìn) – заставить (кого-то) поверить, составлено из двух слов 使 – заставить и 相信 – поверить, вместе дает значение убедить

Сравнение и анализ показали, что китайские глаголы с семантикой убеждения близки таким русским глаголам, как «убеждать», «уговаривать», «доказывать» и «агитировать». Глаголы «убеждать» и «уговаривать» в китайском языке практически идентичны и не имеют отличий в употреблении. Главным отличием от глаголов русского языка является то, что данные глаголы в китайском языке реже предполагают использование логических аргументов, они больше предполагают эмоциональное воздействие на собеседника.

Примеры показали, что для воздействия на эмоции и на волю, в китайском языке используют различные речевые средства. Некоторые из них схожи с русским языком, такие как: использование комплиментов, запугиваний; наречий, которые выражают эмоциональное состояние говорящего, показывают длительность воздействия на собеседника, передают характеристику голоса («тихонько», «гулко», «сладкоречиво», «долго»). Некоторые средства и приемы не имеют аналогов в русском языке, в частности, редупликация глаголов (дублирование глагола в предложении).

Глаголы «агитировать» и «доказывать» в китайском языке имеют четкие отличия и границы употребления, по аналогии с соответствующими глаголами в русском языке. «Агитировать» – в основном используется в политическом контексте и его практически не встретить в бытовых ситуациях, «доказывать» – употребляется с использованием аргументов, фактов, зачастую подтвержденных документально.

Такие русские глаголы как «уверять», «внушать», «склонять» - не имеют аналогов в китайском языке. Данные глаголы достаточно редки в использовании и в русском языке, а в китайском языке им соответствуют аналоги с более широким значением: «убеждать» и «уговаривать».

Глаголы из рассмотренных синонимических рядов также различаются по степени частотности употребления. В русском языке, исходя из данных национального корпуса русского языка (тексты художественной литературы второй половины XX-начала XXI вв.), глаголы употребляются со следующей частотой: «доказывать» (568 употреблений), «угovarивать» (531 употребление), «убеждать» (286 употреблений), «уверять» (138 употреблений), «внушать» (125 употреблений), «агитировать» (70 употреблений), «склонять» (27 употреблений). В китайском языке, исходя из данных русско-китайского параллельного корпуса, имеется схожая тенденция употребления данных глаголов: наиболее популярным является глагол «доказывать» 证明 (zhèngmíng) – 186 употреблений; «убеждать, угovarивать» 劝, 劝说 (quàn, quànshuō) – 147 употреблений; «угovarивать, убеждать» 说服 (shuōfú) – 48 употреблений; «агитировать» 宣传 (xuānchuán), 鼓动 (gǔdòng) – 24 употребления.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе анализа научно-исследовательской и методической литературы можно сделать выводы о том, что глагол играет очень важную роль в процессе обучения русскому языку иностранных студентов. Знание глаголов помогает студентам более успешно выражать свои мысли в различных ситуациях общения, даже при отсутствии большого словарного запаса, более эффективно воспринимать и понимать устную речь и художественные тексты.

Широкое использование глаголов с семантикой убеждения в повседневной жизни определяет необходимость более детального описания их семантических сходств и различий. Цель данной работы – нахождение и подробное описание особенностей семантики и функционирования глагольных синонимов с доминантой «убеждать» в современном русском языке (на фоне китайского языка).

Под синонимами в нашем исследовании понимаются «слова, близкие или тождественные по своему значению, выражающие одно и то же понятие, но различающиеся или оттенками значения, или стилистической окраской, или и тем и другим» (Денисов, 1980). Синонимический ряд – два и более лексических синонима, соотносимых между собой при обозначении одних и тех же явлений, предметов, признаков, действий и т. д. В синонимическом ряду выделяется доминанта.

Исследование особенностей семантики глагольных синонимов с доминантой «убеждать», по данным из толковых словарей современного русского языка, показало, что существует 2 основных значения глагола «убеждать», и в каждом из них этот глагол образует свой синонимический ряд.

Первый синонимический ряд с глаголом «убеждать» – доказывать, уверять, внушать – его главный ориентир направление на изменение убеждения адресата, воздействие происходит на его ментальное состояние. Второй синонимический ряд с глаголом «убеждать» – агитировать, склонять, уговаривать – имеет

логический характер ориентирован на влияние на намерения адресата с целью совершения им нужного поступка.

Анализ словарных определений указанных глагольных синонимов показал, что для более точного описания их смысловых различий необходимо обратиться к исследованию контекстов их употребления.

Изучение примеров функционирования исследуемых глаголов в художественных текстах второй половины XIX – начале XX веков позволило уточнить семантические параметры, по которым различаются эти глаголы: цель речевого акта; сила воздействия на адресата; манера убеждения; характер тезиса; характер аргументации; управление и сочетаемость глаголов; возможность перформативного употребления.

Сравнение и анализ показали, что китайские глаголы с семантикой убеждения близки таким русским глаголам, как «убеждать», «уговаривать», «доказывать» и «агитировать». Главным отличием от глаголов русского языка является то, что данные глаголы в китайском языке реже предполагают использование логических аргументов, они больше предполагают эмоциональное воздействие на собеседника, с помощью различных языковых средств и приемов. Уникальным приемом, не имеющим аналога в русском языке является редупликация глаголов (дублирование глагола в предложении). Этот прием располагает к себе собеседника; демонстрирует дружественное, доверительное отношение; делает предложение более тактичным, деликатным, а также смягчает тон побуждения и указания.

В китайском и русском языках имеется схожая тенденция частотности употребления глаголов с семантикой убеждения, исходя из данных русско-китайского параллельного корпуса и национального корпуса русского языка, наиболее часто употребляемыми являются глаголы – «доказывать» (568 употреблений в национальном корпусе русского языка) и «доказывать» 证明 (zhèngmíng) – 186 употреблений в русско-китайском параллельном корпусе.

Глаголы «уговаривать» и «убеждать» - 531 и 286 употреблений соответственно (в национальном корпусе русского языка), и их аналоги 劝, 劝说 (quàn, quànshuō), 说服 (shuōfú) - 147 и 48 употреблений соответственно (в русско-китайском параллельном корпусе). Глагол «агитировать» 宣传 (xiānchuán), 鼓动 (gǔdòng) – 24 употребления, а его аналог в русском языке употребляется 70 раз.

При дальнейшем исследовании возможен более глубокий и детальный анализ выделенных семантических различий глагольных синонимов на более широком материале, что даст возможность определить специфические особенности русской и китайской коммуникативных культур, связанной с традициями ведения диалога и аргументации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Словарь

1. Александр З.Е. Словарь синонимов русского языка: Практический справочник: Ок.11000 синоним, рядов. —11-е изд., перераб. и доп. — М.: Русский.яз., 2001. —568 с. (Библиотека словарей рус. яз.)
2. Апресяна Ю. Д. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. Второе издание, исправленное и дополненное //Под общим руководством акад. — М.; Вена: Языки славянской культуры: Венский славистический альманах, 2004 г. — 1488 с.
3. Гаврилов А. С. Словарь синонимов и антонимов современного русского языка. 50000 слов. М: Аделант⁵, 2014. —800с.
4. Дмитриев Д.В. (ред.). Толковый словарь русского языка. М.: Астрель: АСТ, 2003. - 1578 с.– (Словари Академии Российской).
5. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: «Русский язык», 2000.
6. Евгеньевой А. П. Словарь синонимов русского языка: В 2 т. Том 1, том 2: С48 А—Н / ИЛИ РАН; Под ред. — М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2003. — 680 с. и 701 с.
7. Ушаков Д.Н. Толковый словарь Ушакова. 1935-1940.
8. Кузнецова С.А. Большой толковый словарь под ред. Справочное издание. — СПб.: оформление 1998, «Норинт, 2000». - 1536 с.
9. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь Ожегова. М.: Мир и Образование, Оникс, 2011.- 736 с.

Список литературы:

- 1 Апресян Ю. Д. Избранные труды, в 2-х томах. Лексическая семантика: синонимические средства языка. Т.1. – М., 1995. -60.
- 2 Буйленко И.В. Лексико-семантические объединения слов//Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». №5 (19). Де кабрь2012 [www.grani.vspu.ru.](http://www.grani.vspu.ru/)
- 3 Васильев Л.М. Семантика русского глагола. М.: Высшая школа, 1981. — 184 с.
- 4 Верещагин Е.М. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 1983. – 269 с.
- 5 Виноградов В. В. Лексикология и лексикография: Избранные труды / В. В. Виноградов. – М.: Наука, 1977. Васильев, Л.М. Семантика русского глагола / Л.М. Васильев. - М. Высшая школа, 1981. - 184 с.
- 6 Виноградова В. В. Краткий понятийно-терминологический справочник по этимологии и исторической лексикологии. — Российская академия наук, Институт русского языка им. РАН, Этимология и история слов русского языка. Ж. Ж. Варбот, А. Ф. Журавлев . 1998. http://etymolog.ruslan.ru/doc/etymology_terms.pdf.
- 7 Гуднов Р.Н. Семантика и функционирование глаголах синонимов с доминантой «думать» в современном русском языке//Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. Филологические науки, №2. М.: Московский гуманитарный университет им. М.А. Шолохова, 2012. С. 35-36.
- 8 Гуднов Р.Н. Синонимические ряды глаголов интеллектуальной деятельности в современном русском языке: функционально-семантический аспект. Дисс канд. филологических наук. СПб., 2013. — 162с.

9 Зиновьева Е.И., Гуднов Р. Русские глагольные синонимы с общим значением 'понять' в аспекте межкультурной коммуникации//Мир русского слова. №2. СПб, 2011. С. 31-38.

10 Зубкова Л.Г., Караваева Е.М. Типология глагольных синонимических рядов в плане выражения//Ученые записки казанского государственного университета. Гуманитарные науки. Том 150. кн. 2. Казань, 2008. С.221-2

11 Карандашова Н.Э. Синонимические ряды глаголов психической деятельности: Функционально-семантический аспект. Диссканд. филол. наук. СПб., 2003. — 209с.

12 Каньгина Н.В. Семантическая структура глаголов понимания в русском и английском языках//Вестник Волгоградского государственного ун-та. Сер. 2, Языкозн. 2012. № 1 (15). С. 185-190).

13 Михайлов П.П. Межъязыковая семантическая эквивалентность, неполно эквивалентность и безэквивалентность лексических единиц (на материале чувашского, татарского и русского языков): дис. ... канд. филол., наук / П.П. Михайлов. – Чебоксары, 2006. – 194 с.

14 Пуяткина Е.И. Синонимические отношения при сопоставлении микро систем в двух языках. Томск, 1979. — 115 с.

15 Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е. — М.: Просвещение. 1976.

16 Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода / Я.И. Рецкер. – М.: Изд-во «Р. Валент», 2004. – 240 с.

17 Филиппова Т.В. Лексико-семантическая специфика англоязычных глаголов, репрезентирующих волонтерскую деятельность. Известия вузов. Серия «Гуманитарные науки» 4(2), 2013 г, с.125-129.

18 Фомина М. И. Современный русский язык. Лексикология. 4-е изд., испр. – М.: 2001. – 415 с. С. 137.

19 Цыганова Е.Б. Синонимические ряды глаголов говорения в современном английском языке//Уникальные исследования XXI века. №7. Набережные Челны, 2015. С. 283-288.

20 Шведова Н. Ю. Глагол как доминанта русской лексики //Филологический сб.: К 100-летию со дня рождения акад. В. В. Виноградова. М., 1995.

21 Шведова Н.Ю. Лексическая классификация русского глагола (на фоне чешской семантико-компонентной классификации) // Славянское языкознание. IX Международный съезд славистов: Доклады советской делегации. – М.:Наука, 1983. – С. 306-323.

22 Шведовой Н.Ю. Доминантой русской лексики /М, 1983. - С.310.

23 Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. М.: Наука, 1973.

24 Шмелев Д. Н. Современный русский язык. Лексика. М.: Просвещение, 1977. -7

25 <https://bkrs.info/> - Китай и китайский язык для профессионалов и любителей

26 <http://ruzhcorp.ruscorpora.ru/> - русско-китайский параллельный корпус НКРЯ

27 <https://ruscorpora.ru/> - национальный корпус русского языка

