

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

**МАТЕРИАЛЫ
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И АСПИРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

18–19 апреля 2019 года

В пяти частях

Часть третья

Минск МГЛУ
2019

УДК 800
ББК 81.2
МЗ4

Рекомендованы Редакционным советом МГЛУ

Редакционная коллегия: Н. П. Баранова (*ответственный редактор*), Л. А. Тарасевич (*зам. ответственного редактора*), Н. П. Баранов, А. Н. Гордей, Н. С. Евчик, Н. Т. Ерчак, В. А. Капранова, Т. П. Карпилович, И. Г. Колосовская, Н. Е. Лаптева, Л. М. Лещёва, С. Е. Олейник, В. А. Павловский, А. Л. Подгайский, О. А. Полетаева, Т. В. Поплавская, В. В. Яскевич

МЗ4 **Материалы** ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета, 18–19 апр. 2019 г. : в 5 ч. Ч. 3 / отв. ред. Н. П. Баранова. – Минск : МГЛУ, 2019. – 224 с.
ISBN 978-985-460-934-8 (Ч. 3).
ISBN 978-985-460-927-0.

Третья часть сборника содержит материалы пяти секций конференции – «Лексическая семантика», «Проблемы общего и сопоставительного языкознания», «Проблемы прикладной лингвистики», «Контрастивные исследования германских и славянских языков», а также трех круглых столов «Лингвокультурологические аспекты лексики», «Аспекты национальной специфики языка», и «От гражданина страны к гражданину мира».

УДК 800
ББК 81.2

ISBN 978-985-460-934-8 (Ч. 3)
ISBN 978-985-460-927-0

© УО «Минский государственный
лингвистический университет», 2019

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

М. Г. Богова

НЕОЛОГИЗМЫ: DO PANCAKE PEOPLE NEED A DIGITAL DETOX?

Язык – живое развивающееся явление. Изменяется окружающая нас реальность, а вместе с этим развивается и отражающий жизнь язык. Самые заметные изменения в языке происходят в словарном составе, а самые заметные обновления внутри него – это появление новых лексических образований, приращение языка за счет неологизмов.

В изучении неологизмов можно выделить ряд теоретических и практических аспектов. К актуальным теоретическим вопросам относятся разработка основ их классификации и создание четкой системы параметров-конкретизаторов для характеристики неологизмов. К примеру, достаточно логичным представляется подход, предложенный Н. З. Котеловой (1985), которая в число параметров включила время (назвав его основным критерием конкретизации), языковое пространство, новизну внутренней формы, а также этимологию в связи с установлением структурных признаков новизны самого слова. Таким образом, слово может считаться неологизмом только в том случае, если оно отвечает всем изложенным выше требованиям.

Интерес вызывают активно используемые способы образования слов, обладающих коннотацией новизны. Среди высоко продуктивных морфологических способов образования новейших лексических неологизмов выделяются аффиксация (*Brexiter*, *Trumpism*), конверсия (*to blog*, *a like*), словосложение (центральной составляющей нового слова может быть как глагол – *to skinny-bash* ‘критиковать кого-то за чрезмерную худобу’, так и существительное – *geek-speak* ‘непонятная обычному слушателю тема разговора’). Используются акронимы (*GAFA* – *Google, Amazon, Facebook, Apple*; *ISIS* – *Islamic State of Iraq and Syria* ‘Исламское государство Ирака и Сирии) и аббревиация – *tbh* (*to be fair* ‘честно говоря’ в текстовых сообщениях по телефону означает, что вы рассмотрели все, что влияет на ситуацию, чтобы сделать справедливое суждение: *Tbh she's never done anything bad to me.*) Встречаются усечение (*edtech* ‘образовательные технологии’), удвоение (*zero hero*, *twitter quitter*, *fuzzy wuzzy* ‘оскорбительный способ обращения к афро-американцам’) и контаминация (*Brexit* = *Britain* + *exit*; *democratator* = *democratic* + *dictator*; *sharenting* = *sharing news and pictures of their kids online* + *by parents*).

При обучении иностранным языкам у преподавателей возникает практическая задача – как научить студентов понимать неологизмы и найти им соответствующий перевод. Безусловно, внимательное рассмотрение контекста, в котором употреблено новое слово, может обеспечить его понимание. К примеру, выражение *pancake people* было впервые зафиксировано 07.02.2003 в интервью Ричарда Формена на сайте *Rat Sass*: *I think we're producing a race of people who are paper-thin – almost **pancake people** – who*

cover a lot of territory. Like the Internet. And our psyches cover a lot of territory, but to me it's sort of pancake-thin. 'Я думаю, мы создаем породу людей плоских, как бумага – почти людей-блинов – которые охватывают большую территорию. Наподобие интернета. И наша духовная жизнь (душа) охватывает большую территорию, но для меня она, как бы, не толще блина'.

Из контекста очевидно, что речь идет о пользователях интернетом, активных пользователей, которые просматривают большое количество информации. Таких людей много – *a race of people* (досл. 'раса'). Плоскости дается негативный комментарий, она понимается, как беглость и поверхностность прочтения, не вникая в суть. Характерно, что достаточно скоро поиск выдает определения значений новых слов, ср.:

Неологизм '*pancake people*' (= люди-блины) означает «пользователи интернета, которые много читают на разные темы, но не углубляются в предмет чтения» (*n. Internet users who read widely, but without depth*).

Pancake people – в основном о современном поколении активных интернет-юзеров, которые знают вроде очень много, но все по верхам: *A University Of California (San Diego) study found that the amount of information the average American processed in 2008 was triple what it was in 1960. This has turned many into pancake people – spread wide and thin.*

Перевод этого неологизма не вызвал затруднений, на слуху, вероятно, были названия фильмов «Человек-паук», «Человек-муравей», «Человек-блин».

Однако в некоторых других случаях предлагаются сразу несколько вариантов перевода.

Значение неологизма *a digital detox* также легко понять по контексту: *Break free of your devices and go on a digital detox.* По результатам исследования британского маркетингового агентства Techmark в октябре 2018 г., владельцы смартфонов и других гаджетов используют их более 1500 раз в неделю, или более 200 раз в день, средняя продолжительность при этом составляет 3 часа 16 минут в день. Среднестатистический владелец смартфона начинает день с проверки телефона, не вставая с постели, и заканчивает использовать его в 23:21. Врачи обеспокоены, что непрерывное проникновение высоких технологий в наши жизни, семьи, спальни и мозг значительно повышают уровень стресса и делают нас менее приспособленными к обычному человеческому общению. Этот медицинский аспект отражен в самом определении значения неологизма: *digital detox (noun, informal) – A period of time during which a person refrains from using electronic devices such as smartphones or computers, regarded as an opportunity to reduce stress or focus on social interaction in the physical world.*

Перевод неологизмов на русский язык – отдельная проблема. Предлагаются варианты перевода: диджитал-изоляция; диджитал детокс; цифровой детокс; цифровая детоксикация; цифровая диета, препятствующая цифровой аддикции, зависимости от интернета, аудиокниг, электронных сообщений и мессенджеров. В медицинской литературе используется слово *детоксикация*, но там всегда подчеркивается, что если возникла зависимость, то нужна уже не детоксикация, а полноценное лечение. В каком виде термин

останется жить в русском языке будет интересно понаблюдать. Примеры, приведенные выше, свидетельствуют о тенденции сохранять звучание английского слова в переводе.

Но все же главной проблемой остается само понимание или интерпретация его значения, поскольку контекст далеко не всегда дает возможность правильно определить его. Минимальный контекст *digital hangover* ‘цифровое похмелье’ дает общее понимание, но широкий контекст показывает, что неологизм означает чувство стыда, накрывающее на следующее утро после вечеринки, если знакомые уже успели выложить в Фейсбук компрометирующие фотографии или видеоролики.

Приведем несколько интересных примеров неологизмов и предложим подумать о возможном переводе этих выражений, отражающих новые реалии нашей жизни.

Child supervision – когда дети, хорошо разбирающиеся в современных гаджетах, помогают родителям в их использовании. *Helicopter parent* – так образно описывают родителей, которые постоянно следят за своими детьми. *Threenager* (от *three* + *teenager*) – ребенок, переживающий так называемый «кризис трех лет», который по своим проявлениям напоминает подростковый бунт.

Catfishing – использование выдуманной личности или придуманных деталей биографии ради того, чтобы закрутить виртуальный роман. *Gloatgram* – фотографии в сети Instagram, чрезмерно демонстрирующие жизнь их автора, путешествия или еду, на русских сайтах встечается слово «хвастограм». *Flirtationship* – взаимоотношения, основанные преимущественно на длительном взаимном флирте – например, с женатым коллегой по работе.

Bridezilla (bride ‘невеста’ + *Godzilla*) – ласковый термин для невест, которые во время подготовки к свадьбе становятся чересчур придиричливыми и раздражительными. *Eye broccoli* ‘брокколи для глаз’ – так стали называть непривлекательных людей (капуста брокколи, несмотря на ее пользу, не вызывает особого аппетита).

Niche worrying – метод как избавиться от беспокойства, распределив волнующие вас темы по нишам и думая только об одной из них, а не волноваться о всех сразу. *Craftivism* – деятельность активистов, выражающих свою позицию с помощью рукоделия – например, вязания. *Guerrilla proofreading* – склонность дотошно выискивать в текстах ошибки и публично на них указывать (похоже на граммар-нацизм). *Diworsify* (*diversify* + *worse*) ‘сделать что-то хуже путем диверсификации’.

Dryathlon – длительный период воздержания от алкогольных напитков. Иногда любители выпить на время отказываются от привычки, жертвуя сэкономленные деньги на благотворительность. *Phone-yawn* – когда один человек достает мобильный, все окружающие вслед за этим начинают пользоваться своими телефонами. Неологизм сравнивает это действие с зевотой, которая тоже бывает заразной. *Bucket list* – список того, что вы никогда не делали, но обязательно хотите сделать. Фраза стала популярной после выхода фильма *The bucket list* ‘Пока не сыграл в ящик’.

**КОРРЕЛЯЦИЯ КОМПОНЕНТНОГО СОСТАВА ДЕФИНИЦИЙ
И ТИПОВ ЗНАНИЙ, РЕПРЕЗЕНТИРУЕМЫХ В НИХ**
(на материале наименований растений в современном английском языке)

Для того чтобы не потеряться в большом информационном потоке, человечество, эволюционируя, выработало механизмы «компрессии» и «декомпрессии» знаний. Одним из таких «операционных», логических знаков является непосредственно лексическая единица, заключающая в себе определенный спектр семантических компонентов, среди которых исследователи выделяют наиболее и наименее значимые (А. Вежбицкая, Е. И. Будникова, О. Ю. Гаврилова, О. Л. Зозуля и др.). В данной связи интересным представляется обнаружение корреляции частотного компонентного состава лексического значения и типов семантических компонентов, профилируемых в его структуре.

В качестве опытной группы для целей исследования путем сплошной выборки нами были отобраны 1000 наименований растений в современном английском языке по данным Большого толкового словаря Вебстера. Проанализировав частотность наполняемости дефиниций, т.е. числа семантических компонентов, входящих в их структуру (в целом 25 семантических признаков), мы условно разделили компонентный состав определений на три вида: высокочастотный, медиальный и низкочастотный. Так, высокочастотным мы будем считать состав, представленный наиболее распространенной 2-компонентной семантической структурой (частота профилирования – 216 раз (21,6 %)), медиальная частотность характерна для конструкций с 4 (172 раза (17,2 %)) и 5 (171 раз (17,1 %)) компонентами, и, соответственно, низкочастотная единичная – 10–12 компонентами (1 раз (0,1 %)).

Ввиду объективных ограничений, сосредоточимся на корреляции в высокочастотном (2-компонентная структура) и медиальном (4–5-компонентная структура) диапазоне и типах наиболее салиентных знаний, которые актуализируются в них.

Т а б л и ц а

Типы знаний	Кол-во семантических компонентов в дефиниции	Частота актуализации семантического компонента (раз)	%
Обыденный имя-классификатор ¹	2	87	40,3
	4	111	64,5
	5	122	71,3
Научный латинизированный имя-классификатор	2	105	49
	4	164	95
	5	163	95,3

¹ Имя-классификатор – термин, который используется в дефинициях и репрезентирует информацию о природе компонента (принадлежность к классу).

Научный имя-классификатор	2	115	53,2
	4	59	34,3
	5	45	26,3
Локативность	2	2	1
	4	119	69,2
	5	143	84
Форма	2	2	1
	4	34	20
	5	63	37
Размер	2	2	1
	4	22	13
	5	37	22
Цвет	2	1	0,5
	4	33	19,2
	5	73	43
Коммерческая и иная ценность	2	3	1,4
	4	47	27,3
	5	54	31,5

Анализируя данные приведенной выше таблицы, можно сделать следующие выводы.

1. В высокочастотных и медиальных структурах значительную степень актуализации приобретают семантические признаки классификационного блока ('обыденный имя-классификатор', 'научный латинизированный имя-классификатор', 'научный имя-классификатор'), блока 'пространство и время' ('локативность'), перцептивного блока ('форма', 'размер' и 'цвет'), а также блока 'характер взаимодействия с человеком' ('коммерческая и иная ценность').

2. Очевиден рост частоты актуализации семантических признаков в условиях расширения компонентной структуры лексических дефиниций наименований растений. Особенно стремительный рост профилирования мы отмечаем в случае семантических признаков 'локативность', 'форма', 'цвет' и 'коммерческая и иная ценность'. Данное обстоятельство может свидетельствовать о салиентности второго цикла в сравнении с признаками первого цикла салиентности, указывающими на аффилированность растения к тому или иному классу.

3. Интересно отметить, что, в условиях общей тенденции роста частотности семантических компонентов, исключение составляет признак 'научный имя-классификатор', частотность которого в несколько раз снижается при увеличении числа компонентов. Следовательно, сокращение частоты фиксации данного признака, по всей видимости, компенсируется другими признаками классификационного блока.

4. Возможно, в связи с ростом числа компонентов в семантической структуре лексического значения на определенном этапе фиксируется или снижается частота актуализации тех или иных семантических компонентов. При этом для каждого порог оказывается различным.

Таким образом, расширение компонентного состава лексического определения непосредственным образом влияет на рост частотности актуализации одних типов семантических компонентов, профилируемых в его структуре и снижение других. Так, на этапе снижения частотности включаются компенсаторные механизмы, посредством работы которых, как мы полагаем, к процессу определения той или иной лексической единицы подключаются семантические компоненты одного и того же блока либо перестают профилироваться вовсе.

Т. В. Корбачёва

**ВТОРИЧНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ НАИМЕНОВАНИЙ
КОНСТИТУЕНТОВ ТЕМПОРАЛЬНЫХ ЦИКЛОВ
(на материале русского и испанского языков)**

Время как форма протекания всех механических, органических и психических процессов, заключающаяся в закономерной координации сменяющих друг друга явлений, является важнейшим фактором человеческого мироприятия. Не случайно понятие времени пронизывает всю систему языка и получает соответствующее выражение на всех его уровнях. Среди широкого репертуара лексических средств выражения временных отношений важное место занимают циклические структуры – лексические объединения, организованные по принципу последовательности и повторяемости.

Темпоральные циклы представляют собой материальное воплощение сложившейся в языковом сообществе системы измерения времени, в основе которого лежит представление о течении времени как о последовательности периодически повторяющихся явлений и событий. Наиболее важными для организации жизни и деятельности людей являются суточный цикл (бинарный цикл: рус. *день – ночь*, исп. *día* ‘день’ – *noche* ‘ночь’; четырехчастный цикл: рус. *утро – день – вечер – ночь*, исп. *mañana* ‘утро’ – *tarde* ‘день (от полудня до сумерек)’ – *noche* ‘ночь’ – *madrugada* ‘раннее утро’), годовой цикл, представленный временами года и месяцами, а также недельный цикл.

Обращение к семантическим структурам наименований конститuentов указанных циклов однозначно демонстрирует вторичное использование данных имен для обозначения иных временных периодов, которые в свою очередь также представляют собой этапы протекания некоторых процессов, прежде всего, жизни человека. В каждом случае профилирование тех или иных признаков при вторичном употреблении наименований конститuentов темпоральных циклов позволяет реорганизовать референтную ситуацию, выделив или оттенив некоторые ее свойства. Перемещение в фокус внимания признака, выступающего базой для переноса имени, может происходить на следующих когнитивных основаниях:

1. При вторичном употреблении имени может манифестироваться наиболее яркий отличительный признак, максимально дифференцирующий имя данного члена цикла от имен иных конститuentов того же цикла. Так,

в суточном цикле основополагающим для выделения дня и ночи признаком является наличие или отсутствие солнечного света. На этом базируется вторичное использование лексем *день* и *ночь* и их испанских эквивалентов *día* и *noche* в значении ‘жизнь’ и ‘смерть’, напр. *entre el día de la vida y la noche de la muerte media <...> un estado de crepúsculo, cuya obscuridad va creciendo a proporción que la **noche total** se va acercando* ‘между **днем жизни** и **ночью смерти** <...> находятся сумерки, которые все больше сгущаются по мере того, как приближается **абсолютная ночь**’ (В. J. Feijoo), <...> *скорбь, с какою глядит старик на темнеющие перед ним лучи ее, когда **ночь смерти** застигает ему глаза!* (Н. А. Полевой).

2. Основанием для переноса имени может выступать не статичное состояние, а динамичный аспект цикла, т.е. некоторый тип изменений, наблюдаемых в именуемый данным именем отрезок времени. Например, наименованиями компонентов суточного цикла обозначаются достаточно продолжительные промежутки времени, однако во вторичных значениях лексем *утро* и *вечер* фиксируется лишь момент перехода от одного этапа к другому. Поэтому *утро* приобретает значение ‘начало чего-л. (обычно какого-л. периода жизни, начального этапа развития какого-л. явления, чувства и т.п., с которыми связываются надежды на хорошее, счастливое будущее кого-, чего-л.)’, отсюда *утро жизни* означает ‘начальный этап жизни’, ‘молодость’, напр. *Только **утро любви** хорошо: хороши только первые, робкие речи* (Надсон), *То было **утро наших лет*** (А. К. Толстой). Аналогично, *вечер жизни* приобретает значение ‘заключительный этап жизни’, т.е. ‘старость’. В испанском языке оппозиции *утро-вечер* в значении ‘молодость-старость’ соответствует пара *mañana* ‘утро’-*tarde* ‘день (от полудня до сумерек)’: *se llega la **tarde del día de la vida*** ‘приближается **вечер дня жизни**’ (Juan de Pineda).

3. Метафорическое значение может включать признаки, репрезентирующие особенности природных характеристик, свойственных для означаемого именем отрезка времени; в сферу этих признаков вовлекаются особенности растительного, животного мира, погодные проявления и т.п. Так, на основании характерных вегетационных процессов, протекающих в весенний и осенний сезоны, *весна* употребляется в значении ‘пора расцвета, молодости’, напр. *Власы главы его белели уже от хлада старости; **весна жизни** моей не расцвела еще совершенно* (М. Н. Муравьев), а лексема *осень*, напротив, означает пору увядания, старости: *в глубокую **осень жизни** своей бросил якорь и вышел на тихий берег уединения.* (Н. М. Карамзин). Аналогия может проходить и по линии характерные погодные проявления – изменения во внешности, как в случае вторичного употреблении лексемы *invierno* ‘зима’ в значении ‘старость’, где свойственная людям пожилого возраста седина сравнивается с белизной снега зимой: *A la hora en que el **invierno de la vida** empieza á **blanquear** el cabello...* ‘в час, когда **зима** жизни начинает окрашивать волосы в белый цвет...’ (Pedro de Madrazo).

4. Метафорическая аналогия может базироваться на признаках, репрезентирующих особенности ассоциативных характеристик, формирующихся на базе организации жизни и деятельности человека. Например, *понедельник* традиционно считается первым после воскресенья рабочим днем, в связи с чем, за этим именем закрепились коннотация скучного, тоскливого дня, что служит основанием для переноса имени: *Он. Нервная, волосы висят. Никакого влечения. Не женщина, а понедельник...* (А. Н. Толстой). В Испании воскресенье на протяжении веков было нерабочим днем, люди в этот день приводили себя в порядок, одевались празднично: в чистую, аккуратную нарядную одежду, на чем и базируется метафорическое употребление лексемы *domingo* ‘воскресенье’ в следующем примере: *Es un fast food vestido de domingo. O sea, limpio, aseado <...> ‘Это фаст фуд одетый по-воскресному (досл.). А именно чистый, ухоженный’.*

Выделенные механизмы не абсолютны, каждый имеет относительный характер, и при конструировании образа референта данные критерии могут проявляться в различных комбинациях.

Н. В. Кузьменко

МНОГОЗНАЧНЫЕ МЕРОНИМЫ В СИСТЕМЕ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В системе имен существительных современного английского языка существует подсистема меронимических субстантивов (942 ЛЕ) – холомеронимов, которые содержат в своей семантике не только указание на часть и ее характеристики, но и на само делимое целое (холоним), репрезентируя существование взаимосвязи между ними (*bud* ‘почка, бутон растения’, *toe* ‘палец ноги’ и др.). Данное свойство лежит в основе образования ими холомеронимических структур – объединений лексических единиц, репрезентирующих в своей иерархии последовательное членение денотативной области (*leg* ‘нога человека’ – *foot* ‘стопа’ – *toe* ‘палец ноги’, *book* ‘книга/журнал’ – *sheet* ‘печатный лист’ – *page* ‘страница’ и др.), – и дает возможность проследить глубину и детальность ее членения. Холомеронимы присущи самым разнообразным семантическим областям лексической системы современного английского языка: обозначениям частей тела человека (*trunk* ‘туловище’, *hand* ‘кисть руки’ и др.) и живых организмов (*tail* ‘хвост животного’, *paw* ‘лапа’ и др.), артефактов (*wall* ‘стена здания’, *bonnet* ‘капот автомобиля’ и др.), продуктов интеллектуальной деятельности (*snatch* ‘отрывок’ и др.), компонентов духовного мира человека (*conscience* ‘совесть’ и др.), пространства (*ghetto* ‘бедный район города, трущобы’ и др.) и отрезков временного континуума (*night* ‘ночь’, *noon* ‘полдень’ и др.). Имена существительные каждой из перечисленных лексико-семантических групп выстраиваются в холомеронимические структуры, отражая последовательное членение целого на части.

Цель данного доклада – проследить, наблюдаются ли холо-меронимические структуры только строго в рамках одной лексико-семантической группы или же холоним может относиться к одной ЛСГ, а мероним – к другой, и выявить, чем это обусловлено.

Результаты исследования показали, что с одним и тем же меронимом могут соотноситься холонимы из разных ЛСГ. Ср., например: *prickle* 1. ‘a small sharp part on the *stem* or *leaf* of a plant or on the *skin* of some animals’ ‘маленькая колючка (шип) на *стебле* или *листе* растения или на *коже* животного’ (OALD). Так, у меронима *prickle* ‘шип, колючка’ три холонима – *stem* ‘стебель растения’, *leaf* ‘лист растения’ и *skin* ‘кожа животного’. Подобного рода единицы были выявлены среди наименований частей артефактов, частей тела человека и других живых существ, а также среди наименований участков пространства. Холо-меронимические связи между разными лексико-семантическими группами наблюдаются среди **многозначных** имен существительных, которые составляют 36 % (342 ЛЕ) холо-меронимической лексики современного английского языка. Одна и та же единица в своей семантической структуре содержит несколько меронимических значений и, соответственно, часто встречается в своих разных ЛСВ в различных холо-меронимических рядах и структурах. Любопытными нам видятся основания, сходство разных меронимических ЛСВ многозначного субстантива с тем, что имя называет в основном своем значении. Именно данные основания позволяют выявить линии, объединяющие разные по своей категориальной принадлежности предметы и явления.

Согласно результатам нашего исследования, к связующим разные меронимические ЛСВ одного и того же многозначного субстантива нитям относятся семы, передающие информацию о *локативности*, *перцептивности*, *функциональности*, *значимости/второстепенности* (функциональной или перцептивной) части. Например, деление пространства (реки, дороги и т.д.) происходит по принципу деления артефактов и живых существ по перцептивному (*fork* 1 ‘вилы’ – *fork* 3 ‘развилка дороги, рукав реки’: a thing *shaped like a fork*, with two or more long parts), локативному (*foot* 1 ‘стопа’ – the foot of the mountain ‘подножие горы’: the *lowest part* of something), функциональному (*mouth* 1 ‘рот’ – *mouth* 4 ‘устье реки’: the *entrance or opening* of something) и др. признакам. Благодаря этому в субстантивной системе английского языка оказываются взаимосвязанными такие семантические сферы, как живые существа (человек, животные и растения), артефакты, пространственный континуум и его области, абстрактные сущности и т.д.

Таким образом, в системе имен существительных современного английского языка содержатся многозначные меронимы, обнаруживающие в своей семантической структуре основания, которые объединяют холо-меронимические имена различных денотативных областей и позволяют выявить общие принципы членения самых разных предметов и явлений окружающего нас мира.

Н. А. Курило

АББРЕВИАЦИЯ И ЕЕ РОЛЬ В СОЗДАНИИ НАЗВАНИЙ БРЕНДОВ (на материале английского языка)

Предпринятое исследование посвящено выявлению функциональных характеристик лексических единиц, образованных путем аббревиации. Под аббревиацией мы, вслед за Е. С. Кубряковой, понимаем «процесс создания единиц вторичной номинации со статусом слова, который состоит в усечении любых линейных частей источника мотивации и который приводит в результате к появлению такого слова, которое в своей форме отражает лишь какую-то часть или части компонентов исходной мотивирующей единицы». Результат процесса аббревиации обозначается терминами *аббревиатура* или *сокращение*, которые используются в настоящем исследовании как синонимы.

Обращение к исследованию аббревиации обусловлено тем, что в современных языках отмечается постоянная тенденция к увеличению числа единиц, образованных именно этим способом словообразования. Среди основных причин растущей продуктивности аббревиации можно выделить как экстралингвистические, так и лингвистические факторы. При этом наиболее значимым в сфере аббревиации представляется действие внутриязыковых процессов, к которым в первую очередь относят «языковую экономию» или «закон экономии языковых усилий». «Закон экономии языковых усилий» выражается в стремлении языка к передаче все большего количества информации в единицу времени, и аббревиатуры наилучшим образом отвечают этой потребности, характерной для современного общества. Не удивительно, что аббревиатуры все чаще и чаще используются для создания тех или иных наименований.

Более того, сокращения могут привлечь внимание и оказать определенный прагматический эффект на читающего или слушающего в силу свежести и неожиданности своей формы. Этим, на наш взгляд, объясняется широкое использование сокращений в качестве названий различных компаний, корпораций, организаций и учреждений: *AI* (*Airbus Industry*), *BMW* (*Bayerische Motorenwerke* (German: *Bavarian Motor Works*)), *BP* (*British Petroleum*), *GM* (*General Motors*), *IBM* (*International Business Machines* (Corporation; computer manufacturer)), *Pan Am* или *PN* (*Pan American World Airways, Inc*) и т.д.

Важно помнить, что название бренда создает у потребителя первое впечатление о нем. Оно может увеличить потенциал бренда или ограничить его. Несомненно, что отклик у целевого потребителя вызовет «правильное» название бренда, а именно название, отвечающее основным принципам нейминга: легкость произношения, простота написания, быстрота запоминания и свобода прочтения, например: *HP* (*Hewlett-Packard*), *M&M's* (*Mars and Murrie's*), *M&S* (*Marks and Spencer plc*), *P&G* (*Procter and Gamble*), *TEFLON* или *teflon* (*tetrafluoroethylene*) и т.д.

Вполне закономерно, что названия, не отвечающие тем или иным принципам с точки зрения потребителя, могут подвергаться некоторой трансформации, например, усечению: *Boly* от *Bolingbroke* ‘Болингброк (модель самолета)’, *Cat* от *Catalina* ‘Каталина (модель самолета)’, *Chev* (*chevvie*, *chevy*) от *chevrolet* ‘шевроле (марка легкового автомобиля)’, *Jag* от *Jaguar* ‘ягуар (марка спортивного автомобиля)’ или *merc* от *mercedes* ‘Мерседес (марка легкового автомобиля)’. Достаточно интересным представляется то, что подобные сокращения, не являясь единственным средством выражения закреплённого за ними понятия, должны автоматически переходить в разряд избыточных средств языка: большинство сокращений и полных наименований при разнице планов выражения имеют одни и те же планы содержания. Это позволяет ряду авторов говорить о возможности взаимозамены вышеупомянутых номинативных единиц в определенных контекстах без ущерба для предметно-логического содержания высказывания. Однако это не происходит: стремясь закрепится в лексической системе языка, сокращение, в отличие от полного наименования, берет на себя выполнение стилистической функции и, попадая в справочное издание, сопровождается пометой *informal* или *spoken* ‘разговорный’.

К. Г. Никитенкова

ПАРАДИГМАТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ
В СИСТЕМЕ АДЪЕКТИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ С ВПК
(на материале немецкого языка)

Адъективная конструкция с ВПК представляет собой словообразовательную модель, состоящую из двух компонентов: первого (левого) компонента и ВПК – второго переходного компонента, имеющего свободный коррелят в виде имени прилагательного, например, [... -arm], [... -reich] и др. В современном немецком языке существует более 180 адъективных конструкций с ВПК и почти 8000 конструкторов – реализаций конструкций: [... -arm] → *alkoholarm* ‘с небольшим содержанием алкоголя; слабоалкогольный’. Поскольку адъективные конструкции реализуются в языке через лексические единицы – имена прилагательные, то они могут находиться между собой в тех же парадигматических отношениях, что и слова: они могут быть синонимичны, а также противоположны по значению.

Для того, чтобы наглядно представить результаты проведенного анализа, было предложено обобщить значения конструкций, которые образуют как синонимичные/антонимичные пары, так и синонимичные ряды. Так, были выделены 7 семантических групп: (1) «имеющий желание, потребность», (2) «содержащий, имеющий», (3) «неизменный, устойчивый», (4) «ориентированный, направленный», (5) «подходящий, годный», (6) «готовый», (7) «нуждающийся». Обратимся к каждой из групп.

1. Имеющий желание, потребность

Данная группа одна из самых многочисленных и представлена 10 конструкциями: [...-freudig], [...-lustig], [...-willig], [...-bereit]; [...-geil], [...-lüstern], [...-hungrig], [...-durstig], [...-wütig], [...-süchtig]. На основании дефиниций адъективных ВПК среди данных конструкций можно выделить абсолютные, семантические и стилистические синонимы. Абсолютными синонимами можно считать конструкции [...-freudig] – [...-lustig] – [...-willig], ср.: *-freudig* ‘gern und häufig etwas macht, gern bereit zu etwas’; *-lustig* ‘etwas gern macht, zu etwas bereit ist’; *-willig* ‘bereit ist, etwas gern machen will’. При сопоставлении ряд конструкций отличается степенью проявления признака, т.е. желания: от «охотно делающий» до «одержимый». Здесь речь идет о семантических синонимах, например, [...-bereit] – [...-wütig] – [...-süchtig], ср.: *-bereit* ‘den Willen zu etwas hat’; *-wütig* ‘leidenschaftlich und vehement etwas erstrebt, etwas gern und häufig und fast mit einer Art Versessenheit tut’; *-süchtig* ‘einen übermäßig starken Hang zu etwas hat, auf etwas versessen, nach etwas begierig ist’. Стилистическими синонимами можно считать, например, [...-freudig], [...-lustig], [...-willig], [...-bereit], с одной стороны, [...-geil], [...-lüstern], [...-hungrig], [...-durstig], с другой.

Антонимичной конструкцией по отношению к данной семантической группе является конструкция [... -müde], которая имеет значение ‘не желающий; кому-л., что-л. наскучило, надоело’, ср.: *-müde* ‘keine Freude mehr an etwas hat, einer Sache überdrüssig ist’.

2. Содержащий, имеющий

Данная семантическая группа представлена 11 конструкциями, которые различаются между собой объемом понятия, т.е. являются семантическими синонимами, ср.: (а) содержащий: [...-haltig], [...-schwanger], (б) имеющий, содержащий много: [...-voll], [...-reich], [...-intensiv], [...-kräftig], [... -stark], [... -schwer], (с) имеющий, содержащий мало: [...-arm], [...-leicht], [...-schwach]. Степень обобщаемого признака эксплицируется в соответствующей дефиниции ВПК, ср.: *-haltig* ‘etwas enthält’; *-reich* ‘über etwas in hohem Maße verfügt, etwas in großer Menge aufweist, bietet’; *-schwach* ‘etwas nur in geringem Maße hat, aufweist, kann’. С другой стороны, в данной группе можно выделить антонимичные конструкции: [...-arm] – [...-reich], [...-stark] – [...-schwach], [...-schwer] – [...-leicht].

Противоположной по значению всем 11 конструкциям является конструкция со значением ‘отсутствие признака’, которая представлена двумя адъективными конструкциями [...-frei] и [...-leer], ср.: *-leer* ‘etwas – obwohl wünschenswert – nicht vorhanden ist’; *-frei* ‘etwas nicht vorhanden ist, etwas nicht eintritt’.

3. Неизменный, устойчивый

Исходя из дефиниций ВПК конструкций [...-beständig], [...-fest], [...-sicher], [...-echt], они имеют общие семы ‘непредрасположенный’, ‘устойчивый’, ‘стабильный’, ‘защищенный’. Это позволяет трактовать их как синонимы, ср.: *-beständig* ‘gegen einen bestimmten Einfluss unempfindlich, widerstandsfähig, stabil ist’; *-fest* ‘die beschriebene Sache gegen etwas

unempfindlich, widerstandsfähig, vor etwas geschützt ist'; *-echt* 'die beschriebene Sache gegen etwas unempfindlich, widerstandsfähig ist'; *-sicher* 'mit der beschriebenen Sache etwas gemacht werden kann (ohne dass es zu Schäden oder Schwierigkeiten kommt)'.

Антонимичной конструкцией описанным выше конструкциям является [...-anfällig] со значением 'предрасположенный, склонный', ср.: *-anfällig* 'leicht von etwas ergriffen wird, einer Sache ausgesetzt ist'.

4. Ориентированный, направленный

Конструкции [...-orientiert] и [...-nah] являются синонимичными, поскольку имеют общие семы 'ориентированный' и 'нацеленный', ср.: *-nah* 'auf jemanden, etwas ausgerichtet ist, sich an jemandem, etwas orientiert'; *-orientiert* 'auf etwas ausgerichtet, abgestellt ist'. Противоположными по значению являются конструкции [...-fremd] и [...-fern], ср.: *-fern* 'nicht auf jemanden, etwas gerichtet, an jemandem, etwas orientiert ist'; *-fremd* 'sich in etwas nicht auskennt, mit etwas nichts zu tun hat'.

5. Подходящий, годный

Данная сема лежит в основе антонимических отношений между конструкциями [...-feindlich] и [...-freundlich], ср.: *-freundlich* 'für jemanden, etwas günstig, angenehm, für etwas gut geeignet ist'; *-feindlich* 'ungünstig für jemanden, etwas ist, sich für jemanden, etwas nachteilig auswirkt, etwas behindert, hemmt'.

Синонимичными конструкциями с общей семой 'подходящий' являются [...-tauglich], [...-tüchtig], [...-reif], ср.: *-tauglich* 'für etwas geeignet ist'; *-tüchtig* 'für etwas gut geeignet ist, für etwas erforderlichen Voraussetzungen besitzt'; *-reif* 'so weit gediehen, entwickelt ist, dass sie die Qualifikation für etwas hat, für etwas tauglich, geeignet ist'.

6. Готовый

Данная сема эксплицирована в дефинициях ВПК конструкций [...-bereit] и [...-fertig], ср.: *-bereit* '1. zu etwas bereit, gerüstet ist. 2. etwas sofort getan werden kann'; *-fertig* '1. etwas sofort, ohne weitere Vorbereitung gemacht werden kann. 2. zu etwas bereit, gerüstet ist'. Следовательно, эти конструкции являются синонимичными.

7. Нуждающийся

Конструкции [...-reif] и [...-bedürftig] имеют общую сему 'нуждающийся' и являются синонимичными, ср.: *-reif* 'etwas dringend nötig hat oder dass etwas dringend nötig ist'; *-bedürftig* 'etwas benötigt, nach etwas ein Verlangen hat'.

Таким образом, парадигматические отношения наблюдаются на уровне словообразовательных конструкций со вторым переходным компонентом. При этом корреляты ВПК – имена прилагательные – не всегда будут синонимичны либо противоположны по значению в самостоятельном употреблении, например, *voll* 'полный' – *schwanger* 'беременная'; *reif* 'спелый' – *bedürftig* 'бедный, нуждающийся'; *müde* 'усталый' – *hungrig* 'голодный' и др. Это подтверждает особый статус ВПК, у которого формируется обобщенное, абстрактное значение.

К ВОПРОСУ О СЕМАНТИЧЕСКОЙ МОТИВИРОВКЕ
НАИМЕНОВАНИЙ ЦВЕТА В ДРЕВНЕАНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Мотивация является одной из характерных черт номинации и определяется как выбор и закрепление признака или признаков называемых сущностей в их наименованиях в процессе номинирования. Мотивировка наименования – и, соответственно, внутренняя форма слова – может без труда осознаваться носителями языка. Так, знание значений деривационной базы и деривационного показателя подсказывает мотивировку производных и сложных слов; подобную же роль может играть и наличие связей между исходным и производным значениями слова в разных его семантических вариантах.

С течением времени семантическая мотивировка слов, относящихся к наиболее древним пластам лексики, как правило, стирается и более не осознается носителями языка. Первообразные имена (*снег, дым, море*) возникли настолько давно, что более не воспринимаются носителями языка как мотивированные; тем не менее, семантическая мотивировка слов, утративших признак номинации, в некоторых случаях может быть установлена при помощи этимологического анализа.

Основу древнеанглийской цветовой картины мира составляет относительно небольшая группа непроеводных наименований цвета – слова *hwīt* (совр. *white* ‘белый’), *rēad/rēod* (совр. *red* ‘красный’), *sweart* (‘черный’), *zræz* (совр. *gray/grey* ‘серый’), *dun(n)* (‘темно-коричневый’), *zrēne* (совр. *green* ‘зеленый’), *zeolo* (совр. *yellow* ‘желтый’), *brūn* (совр. *brown* ‘коричневый’), *blæc* (совр. *black* ‘черный’), *hæ:wen* (‘голубой, серый’). Анализ семантических мотивировок указанных древнеанглийских наименований выявил наличие определенного набора концептов, которые легли в основу номинирования.

Как показал этимологический анализ, наиболее частотным явился концепт «сияние». Прежде всего, он представлен в древнеанглийском *hwīt* ‘белый’, восходящем к индоевропейскому корню **kuei-* (вар. **kweit-*), и верифицируется наличием ряда таких индоевропейских параллелей исследуемого слова, как др.-инд. *svěšta* ‘свет’, лит. *šviečiù, šviešti* ‘светить’, рус. *свет, светить, свеча* и др. Идея света и свечения кодируется и в латыш. *kvitū, kvitēt* ‘мерцание, сияние’.

Древнеанглийское слово *zeolo* ‘желтый’ восходит к индоевропейскому корню **ghel-* со схожим значением. Идея сияния, сверкания, свечения представлена, в частности, в др.-англ. *zlaem* ‘мерцать’ (совр. англ. *gleam*), др.-в.-нем. *glīzan* ‘сверкать, искриться’, др.-сев. *glitra* ‘сиять, сверкать’, исл. *glossi* ‘искра’, а также в др.-в.-нем. *glanz* ‘яркий’. Кроме того, наименование желтого цвета в древнеанглийском языке имеет родственные слова со значением ‘золотой’ в целом ряде индоевропейских языков – др.-сев. *gullinn*, польск. *zloto*, ср.-голландск. *gulden* и проч. К указанному индоевропейскому корню восходит и древнеанглийское *hæ:wen* ‘голубой, серый’.

Также, семантическая мотивировка «сияние» устанавливается при анализе лексических параллелей древнеанглийского *zræz* ‘серый’, восходящих к общему корню **gh(e)r-*: чеш. *zoře* ‘рассвет’, *záře* ‘блеск, сияние, луч’, ст.-слав. *зоря* ‘блеск, блеск’, *запя* ‘луч’, совр. рус. *запя*, лит. *žeriù, žerėti* ‘блеск в сиянии’, *žėruóti* ‘свечение, блеск’. Имплицитное выражение той же идеи можно проследить и на примере древнеанглийского *brūn* ‘коричневый’ с ее лексической реализацией в рус. *брунеть* ‘сверкать белизной’, тох.А *perne* / тох.Б *parno* ‘светящийся, блестящий’, др.-в.-нем. *brūn* ‘светящийся, блестящий, коричневый’, др.-франц. *brun* ‘сверкающий, коричневый’ (восход. к **bher-*).

Наконец, примечательно, что как древнеанглийское *blæc* ‘черный’, так и более позднее – среднеанглийское – *blue* ‘синий, голубой’ оба восходят к единому индоевропейскому корню **bhel(eg)-*, который реализуется в русском *белый* и французском *blanc* ‘белый’. Кроме того, родственные слова других языков индоевропейской семьи также указывают на семантическую мотивировку «сияние» – сравн. др.-сев. *bleikr* ‘сияние’, греч. *phlegein* ‘гореть’, др.-в.-нем. *blēcchazzen* ‘вспыхивать’, ср.-в.-нем. *blecken* ‘вспышка’, лат. *fulg(e)ō* ‘сиять, мерцать’, алб. *flakëroj* ‘я сияю’ и др.

В древнеанглийском *zrēne* ‘зеленый’ получает свое языковое выражение концепт «рост, развитие». Данное наименование цвета восходит к индоевропейскому корню **ghrē-/ghrō-*, объединяющему гот. *gras* ‘трава’, др.-в.-нем. *Gras* ‘трава’, др.-исл. *grōs* ‘растущий’, *groði* ‘рост’, а также др.-англ. *zrōwan* ‘расти’, *zræs* ‘трава’, совр. англ. *grow* ‘расти’ и *graze* ‘пастись’.

Идея красного цвета у индоевропейцев ассоциативно связана со ржавчиной и медью – так, древнеанглийское *rēad/rēod* ‘красный’, восходящее к **reudh-*, имеет такие лексические параллели, как лат. *rōbīgo* ‘ржавый’, др.-инд. *lōhá* ‘медь, железо’, лит. *raūdas* ‘руда’, рус. *руда, рудой*.

Наконец, в ряде древнеанглийских наименований цвета зафиксирована семантическая мотивировка «загрязнение, затемнение». Прежде всего, данная идея имеет свое языковое выражение в др.-англ. *sweart* ‘черный’ (восх. к **suordo-*; сравн. лат. *sordēre* ‘быть грязным’, совр. англ. *sordid* ‘отталкивающий, грязный (как в прямом, так и в переносном смысле)’ и др.), др.-в.-нем. *giswerc/gisworc* ‘темнота из-за туч’; также, она представлена в древнеанглийском *dun(n)* ‘темно-коричневый’ (восх. к **dheu-*; сравн. др.-англ. *dūst* ‘пыль’, *dēaf* ‘глухой’, *dox* ‘сумерки’, совр. англ. *dusk* ‘сумерки, сумрак’).

Таким образом, этимологический анализ древнеанглийских наименований цвета установил наличие небольшого ряда семантических мотивировок, которые могли лечь в основу их создания. В частности, интерес представляет наиболее частотный концепт «сияние», объединяющий в древнеанглийской цветовой картине мира белый, желтый, серый, коричневый, черный и синий цвета.

Е. В. Прокофьева, Т. В. Цепя

**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ И КОГНИТИВНЫЙ
АСПЕКТЫ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ
АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ,
СОДЕРЖАЩИХ В СВОЕМ СОСТАВЕ КОМПОНЕНТ-ЧИСЛИТЕЛЬНОЕ**

Языковая картина мира в настоящее время является объектом многих исследований в связи с тем, что лингвистика XXI в. активно разрабатывает направление, в котором язык рассматривается как культурный код нации, а не просто орудие коммуникации и познания. Фундаментальные основы такого подхода были заложены трудами В. Гумбольдта, А. А. Потебни, гипотезой лингвистической относительности Э. Сепира и Б. Уорфа и другими учеными.

Национально-культурная семантика присутствует на всех уровнях языка, однако наиболее ярко она проявляется в так называемых строевых единицах языка. К числу строевых единиц языка принадлежат слова и фразеологизмы. Строевые единицы языка, являясь результатом длительного развития, фиксируют и передают от одного поколения к другому общественный опыт, поэтому они важны не только как средство коммуникации, но и как источники различных общественно значимых сведений. Фразеология наиболее тесно связана с наивным представлением о мире, она представляет собой ценнейшее лингвистическое наследие, в котором отражаются видение мира, национальная культура и история народа.

Нами было проанализировано 591 фразеологическая единица английского языка и 602 фразеологические единицы немецкого языка, в состав которых входят числительные.

В ходе исследования нами были выявлены лексико-грамматические корреляты – фразеологические единицы, имеющие одинаковое лексическое наполнение, значение и грамматическую структуру (иными словами, полные эквиваленты), фразеологические единицы, отличающиеся лексическим наполнением, грамматической структурой либо какими-то другими признаками – частичные эквиваленты, а также безэквивалентные фразеологические единицы.

Случаи совпадения крайне часты. Так, полных и частичных эквивалентов было найдено 23,5 % и 55,5 % соответственно. Такие результаты можно объяснить восхождением ФЕ к общему для английского и немецкого языков источнику заимствования. Тот факт, что оба языка являются родственными, также может служить следствием единого восприятия мира, сходных культурных, национальных и исторических особенностей.

Например, среди полных эквивалентов, можно найти фразеологизмы интернационального характера, основанные на мифологических преданиях, библейских легендах и исторических фактах: *In the seventh heaven – im siebten Himmel* ‘быть на седьмом небе от счастья’ (согласно иудаизму и мусульманским религиям седьмое небо – это дом Бога).

Seven Sacraments – die sieben Sakramenten ‘семь таинств’ (крещение, конфирмация, причастие, исповедь, священство, брак и последнее помазание).

Также есть примеры, отражающие схожее восприятие действительности:

Feel one hundred percent – sich hundertprozentig fühlen ‘чувствовать себя на все сто’.

One for all, all for one – einer für alle, alle für eine ‘один за всех, все за одного’.

Частичный эквивалент не означает какой-либо неполноты в передаче значения, а лишь содержит лексические, грамматические или лексико-грамматические расхождения при наличии одинакового значения одной и той же стилистической направленности. В соответствие с этим мы разделили частичные эквиваленты на несколько групп:

- фразеологизмы, совпадающие по значению, стилистической направленности и близкие по образности, но расходящиеся по лексическому составу (грамматическая структура может как совпадать, так и отличаться), например: *one swallow does not make a summer – eine Schwalbe macht keinen Sommer* ‘одна ласточка весны не делает’;

- фразеологизмы, совпадающие по значению, по стилистической направленности, но различные по образности (грамматическая структура может как совпадать, так и отличаться). Примеры этой группы отражают возникающие иногда различия в способе мышления и видении реальности: *to have two left feet – zwei linke Hände haben* ‘неуклюжий’ (разное понятие неуклюжести: для англичан – это, когда кажется, будто у человека две левых ноги, у немцев же – две левых руки);

- фразеологизмы, совпадающие по значению, лексическому составу, стилистической направленности и образности, но отличающиеся грамматической структурой (синтаксисом, порядком слов, предлогом и т.д.): *measure thrice and cut once – man muß dreimal messen, ehe man einmal schneidet* ‘семь раз отмерь, один раз отрежь’ (порядок слов); *like two bears in one den – zwei Bären vertragen sich nicht in einer Höhle* ‘два медведя в одной берлоге не уживутся’ (в англ. языке используется сравнительная конструкция);

- фразеологизмы, различающиеся числительным, входящим в их состав. Особенно это проявляется в немецких ФЕ, где используются числительные высшего порядка для усиления или уменьшения эффекта. Например, *three (три) cheers for – dreimal (трижды) hoch für* ‘да здравствует!’; *seeing once (единожды) is better than hearing once – einmal (единожды) gesehen ist besser als zehnmal (десять раз) gehört* ‘лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать’.

Безэквивалентность фразеологических единиц сравниваемых языков обуславливается индивидуальными заимствованиями каждого языка и тем, что фразеологизмы такого типа формировались индивидуально на основе реалий каждого языкового коллектива, и, таким образом, употребление их за пределами данного коллектива неуместно. Например:

Nine day's wonder ‘короткий успех, однодневка, сенсация, которая длится недолго’ (происходит от названия католического фестиваля «Novena», который длился девять дней).

Hit someone for six ‘ошеломить’ (связано с игрой в крикет, когда участник должен пробежать шесть кругов, согласно правилам игры, если шарик выбит за пределы поля).

Ach, du grüne neune! ‘боже мой!’ (связано с игрой в карты: корреляция девятки пик в игральных картах с аналогичной игрой, которая во французской традиции окрашена в зеленый цвет. Эта карта не сулит ничего хорошего).

Drei Kreuze machen ‘отделяться от кого-то’ (связано с обычаем крестить человека, когда тот собирается в дорогу).

В своем исследовании мы не ограничились лишь сопоставлением фразеологических единиц, а провели дальнейшее исследование с целью выявления и описания национально-культурных особенностей фразеологизмов данной подсистемы.

Анализ фактического материала показал, что, в первую очередь, наиболее распространенными числительными, использующимися в ФЕ, являются *один, два, три, четыре, семь, девять, десять*. Это можно объяснить тем, что люди употребляют эти числа в своей обыденной жизни, именно поэтому система счета – десятичная. Однако частота их употребления в каждом языке разная. Так, например, числительное *один* в английском языке не только чаще употребляется, но и еще имеет больше дополнительных значений. Полного семантического параллелизма между *one* и *eins* не обнаруживается, так как есть несколько значений, которые не представлены в немецких ФЕ. Самое распространенное – это ‘единство’ для *one*: *with one accord, to be all one to smb*; ‘одинокый, уникальный’ для *eins*: *eins unter Tausenden*. Что касается примеров с числительным *два*, здесь ситуация иная. *Zwei* довольно часто употребляется в немецких ФЕ по сравнению с английским *two*. Приобретаемые значения *два* одинаковы для обоих языков. Это ‘дуальность как единство’: *to sit between two stools, zwischen zwei Feuern*; и ‘дуальность как отсутствие единства’: *two of a trade, zwei Seelen und ein Gedanke*.

Проанализировав весь фактический материал, мы пришли к выводу, что числительные в обоих языках, в основном, приобретают одинаковые значения в составе ФЕ, что можно объяснить родственностью их происхождения. Это можно сказать не только про язык, но и про культуру. Тем не менее, частота употребления числительных и числовых компонентов варьируется в обоих языках. Эта разница выявляет своего рода различие между ментальными и, соответственно, разную степень важности того или иного числительного в жизни народа, а также свой особый неповторимый способ концептуализации действительности.

Р. В. Соловьева

РОЛЬ ПОВТОРА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

(на материале соискательской речи Аннегрет Крамп-Карренбауэр перед делегатами съезда партии ХДС)

Речь госпожи Аннегрет Крамп-Карренбауэр следовало бы рекомендовать в качестве материала для изучения при подготовке политологов, специалистов массмедиа, дипломатов, специалистов по коммуникации и учителей в том числе.

Несомненную роль играет в публичных выступлениях личность оратора, его ораторское мастерство, его способность манипулировать публикой. Однако в речи госпожи Крамп-Карренбауэр поражает лингвистическая составляющая. Архитектоника текста выступления выстроена грамотно, принцип политкорректности соблюден от начала до конца, и, вместе с тем, четко прослеживается критический посыл прежнему руководству партии за счет эвфемизации дискурса, осуществляемой без использования системных лексических эвфемизмов.

Выступление соискателя построено на глубинной дихотомии «они: Меркель и ее политика ↔ мы: новое поколение и новая политика», «прошлое ↔ будущее». На поверхностном уровне это противопоставление не находит явного и очевидного словесного выражения, но проходит красной линией через весь текст речи.

Макроструктура текста четко разделена на самостоятельные части и этот «водораздел» создается с помощью лексико-синтаксических повторов, которые не только очерчивают архитектуру текста, но и увеличивают воздействие на реципиента, обеспечивая динамичность и экспрессивность высказывания.

Зачин текста выступления посвящен '*Ich-Vorstellung*'. Местоимение *ich*, (*für mich, mich*) повторяется 15 раз.

С помощью повтора соединительного союза *weil* и относительного местоимения *die* выстраивается парадигма '*Ich und meine Partei*'. Экскурс в историю партии в сложный период развития страны: *die CDU von damals... Es war die CDU...* (3 повтора), возглавляемая политиками, сумевшими вывести страну из кризиса *weil sie damals...* (4 повтора) искусно подводит к обоснованию причины принадлежности соискателя к данной партии, которая (*die* – 4 повтора)...

«...*sie hat mich deshalb fasziniert und ich habe sie deshalb als meine politische Heimat ausgesucht, weil sie damals die Partei war, die den Schwarzmalern nicht hinterher gelaufen ist, weil sie damals die Partei war, die nicht ängstlich geschaut hat, was die Gegner an Themen setzen, weil sie damals die Partei war, die Kurs gehalten hat, auch in den schwierigen Zeiten,..., weil sie damals die Partei war, die mit Mut und Optimismus und mit Lust auf Zukunft, mit eigenen Ideen die Strahlkraft hatte.... Diese CDU das darf nicht nur die Partei von damals sein. Das muss die Partei von heute sein, das muss die Partei von morgen bleiben, denn auch heute stehen wir wieder in einer ähnlichen Situation...*».

Апофеозом зачина являются лексико-синтаксические повторы *Ich kann, ich will, ich werde*.

Переход к настоящему и будущему партии осуществлен с помощью обращенных к делегатам съезда риторических вопросов *Die Frage, ob...* (10 повторов); *die Frage, ob wir Mut haben...* (7 повторов).

«*Die Frage, ob wir in den nächsten Jahren noch mehr Populisten haben werden, ob die CDU hält oder zerfällt, ob wir die internationale Weltordnung ohne Regel haben werden,... ob wir den rasanten Klimawandel erleben, ..., ob es so kommt, ob es so kommt, diese Frage liegt nicht in den Sternen, ob es so kommt, diese Antwort liegt die uns und sie liegt allein bei uns...*».

«**Ob wir** wie in den 80er Jahren den Mut haben, den Schwarzmälern nicht hinterher zu laufen...».

«**Ob wir den Mut haben**, unsere Komfortzone zu verlassen...».

Такая постановка вопроса создает атмосферу вовлеченности слушателей в процесс коммуникации и атмосферу сопричастности.

Концептуальные программные взгляды соискателя на пост председателя партии изложены в рамках дихотомии *wenn ... ↔ dann*. Данную дихотомию предваряет утверждение *Es liegt an uns* и в этом разделе соискатель переходит на местоимение *wir* задавая условие *Wenn wir den Mut haben...* (10 повторов), *dann werden wir* (17 повторов), *dass wir...* (8 повторов), *wir brauchen...* (7 повторов), *wir wollen...* (5 повторов), *wir haben...* (4 повтора), *wir werden...* (4 повтора).

«**Und wenn wir den Mut haben, werden wir in der internationalen Welt leben, die sich an Regeln hält...**».

«**Wenn wir diesen Mut haben, dann leben wir in einem starken Europa...**».

«**Wenn wir diesen Mut haben, dann haben wir die Kraft, unsere Infrastruktur jetzt auszubauen, und ja, das wird bedeuten, dass am Ende auch 5G an jeder Milchkanne ist...**».

«**Und dann werden wir es schaffen, die modernsten Schulen mit den bestausgebildeten Lehrern und den aktuellsten Lehrplänen für unsere Kinder zur Verfügung zu stellen...**».

«**Dazu brauchen wir eine Partei, die debattiert, die denkt...**».

«**...wir brauchen eine Fraktion, die kluge Initiativen entwickelt...**».

«**...wir brauchen eine Regierung, liebe Angela Merkel, die mit gutem politischem Handwerk dafür sorgt, dass die Menschen nicht nur die großen Erzählungen sehen, ...**».

«**Wir brauchen eine starke CDU...**».

Концовка представлена в виде дихотомии «*ich*» (18 повторов) ↔ «*wir (ihr)*» (17 повторов).

«**Ich habe viel gelesen wie ich bin: Mini, eine Kopie, ein Weiterso**».

«**Ich stehe hier so wie ich bin und so wie mich das Leben geformt hat**».

«**Ich stehe hier als Mutter von drei Kindern, ...**».

«**Ich stehe hier als Innenministerin, als Bildungsministerin, als Sozialministerin, als Ministerpräsidentin**».

«**Ich stehe hier als jemand, der gemeinsam mit euch harte Wettkämpfe bestanden hat und gewonnen hat und nicht obwohl ich bin wie ich bin, sondern gerade weil ich bin so wie ich bin**».

Подчеркивая готовность работать в команде во имя сплоченной партии (*an einem Strang ziehen*), Аннегрете Крамп-Карренбауэр обращается к делегатам съезда с риторическим вопросом: «*Können wir mit Mut...?*» «*Wollen wir mit Mut...?*» «*Werden wir mit Mut...?*».

«*Wir gehen heute den nächsten Schritt und meine Frage an euch ist: Können wir mit Mut...?*» «*Wollen wir mit Mut...?*» «*Werden wir mit Mut...?*».

Завершается свое программное выступление словами: «*Wir können das*», «*Wir wollen das*», «*Wir werden das*».

Повторы в речи А. К. Каренбауер	Количество повторов	Локализация повторов
ich; mich; für mich; ich und meine Partei	15	зачин
die CDU von damals; es war die CDU; weil sie damals...	3	экскурс в историю
die Frage ob ...;	10	программная часть
die Frage, ob wir Mut haben...	7	
wenn wir den Mut haben...	10	
dann werden wir...	17	
dass wir...	8	
wir brauchen...	7	
wir wollen...	5	
wir haben...	4	
wir werden...	4	концовка
ich;	18	
wir (ihr);	17	
ich stehe hier...	4	

В. В. Туп

О ПРИНЦИПАХ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГРАНИЦ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЗНАЧЕНИЙ

Прототипическая модель категориальной структуры, предложенная взамен классического принципа категоризации на основе необходимых и достаточных признаков, прочно утвердилась в когнитивной лингвистике и во многом определила подход к современному исследованию природы лексического значения. Считается, что основные семантические характеристики значения как языковой категории задаются содержанием его прототипического центра; членство в категории определяется степенью близости к прототипу, а границы самой категории при этом остаются размытыми и неопределенными – вплоть до их полного отрицания (Langacker, 1991).

Обращает на себя внимание, однако, тот факт, что отрицание и даже размытость границ лексических значений в определенном смысле противоречит самой сути процесса категоризации, заключающейся, прежде всего, в как можно более четком разграничении отдельных единиц человеческого опыта.

В нашем исследовании мы придерживаемся точки зрения, согласно которой образование лексического значения обусловлено двумя разнонаправленными функциями: в то время как первая формирует внутреннюю структуру семантической категории, определяя степень центральности ее членов, вторая отвечает за определение членства в категории, т.е. устанавливает ее границы:

(а) Он, кажется, родился на то, чтоб быть мужем... Вечно серьезен, хладнокровен, угрюм, всем недоволен, кроме самого себя!.. Настоящий муж! Впрочем, что-то и ему не хочется протягивать шеи под брачное иго (Р. М. Зотов);

(б) Да какой он муж? Пил, гулял, что ни день скандалы... Одно название, что муж! (Н. Александрова).

В примере (а) референт, по мнению говорящего, соответствует прототипу, но при этом не входит в границы категории; в примере (б), напротив, референт далек от прототипа, что, однако, не еще дает оснований для исключения из категории.

Два основных понятия в теории прототипов – степень центральности и степень членства (*Goodness-of-Exemplar & Degree-of-Membership*) – представляют собой разные величины и не связаны прямой зависимостью. Таким образом, размытость периферийной зоны предстает таковой лишь с точки зрения одной из величин – степени центральности входящих членов. Признаковые характеристики центральных членов позволяют на их основе порождать неисчислимое количество вариантов с разной степенью отклонения от прототипа, и в этом смысле возможности потенциального расширения семантики слова действительно не имеют обозримых границ.

Вместе с тем, однако, в большинстве случаев объем значения неизбежно и обязательно ограничивается – говорящие могут иметь разное мнение относительно того, где именно проходит граница, но сам факт ее наличия не вызывает у них сомнений, что видно на примере Интернет-дискуссии относительно разграничения понятий *муж* и *сожитель*:

(в) Не считаю, что сожитель это муж. Называла своего сожителя молодым человеком в разговорах;

(г) Мы поставили штамп, когда поехали регистрировать. Дочь. До этого жили пять лет вместе и считали себя мужем и женой;

(д) Хотела написать «сожитель», а потом вдруг вспомнила, что мама с отчимом не расписаны больше 20 лет, вот как-то язык не поворачивается назвать его сожителем.

Сказанное позволяет заключить, что утверждение о размытости границ, по-видимому, справедливо лишь для ограниченного числа лексических значений (ср. *tall man* ‘высокий человек’ в примере Дж. Лакоффа). В иных случаях речь идет не о размытых, а о **вариативных**, но вполне определенных границах.

3. А. Харитончик

СЕМАНТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ИХ ЭКСПЛИКАЦИЯ ВО ВНУТРЕННЕЙ ФОРМЕ И ЗНАЧЕНИИ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

Со становлением и широким распространением компонентного анализа значений лексических единиц, предопределившим активный поиск закономерностей их семантической организации, перед лингвистами встала акту-

альная и сложная задача выявления семантических моделей, организующих концептуальное пространство лексикона и включающих в качестве своих составляющих самые важные знания о мире, полученные в результате активного взаимодействия человека с окружающей действительностью. Одним из направлений этого поиска явилось определение тех семантических моделей, или, по образному выражению А. Вежбицкой, семантических стержней, которые предстают как ответы на идентичную базовую концептуальную анкету и, разделяемые многими, если не всеми концептами определенного домена, характерны для значений слов, репрезентирующих ту или иную концептуальную сферу.

Семантическое моделирование лексических областей не ограничивается анализом определенных элементов концептуальных структур, закрепленных в значениях лексических единиц. Вследствие тенденции, доминирующей в номинативных процессах, находить опоры для новых номинаций в уже имеющихся в языке формах с определенным содержанием, элементы концептуальных структур весьма часто находят свою репрезентацию во внутренней форме наименований, сохранение которой детерминирует мотивированность значительного их числа. Представление знаний о называемых сущностях в виде мотивировочных признаков, наборы которых составляют определенные мотивационные формулы, открывает еще одну возможность семантического моделирования лексических областей.

Между двумя языковыми способами представления концептуальных структур: 1) скрытой под оболочкой языкового знака и 2) эксплицированной в структурных его компонентах нет и не может быть противоречия, ибо они направлены на решение единой задачи хранения репрезентируемого языковой системой знания, его адекватную актуализацию и безошибочное распознавание в процессе коммуникации.

Наиболее явно «гармония», или следование определенным семантическим моделям, прослеживается в терминологических областях, для которых характерно наличие многочисленных составных терминов, в своих компонентах содержащих информацию об именуемых сущностях. Очевидно, что в разных семантических областях носители языка ведут специфический отбор знаний, закрепляемых за языковыми формами, следуя соответствующим концептуальным анкетам и определяя релевантные для той или иной области типы информации. Для зоонимов, например, наименований акул, актуальны, в частности, сведения об их перцептивных свойствах, в первую очередь, размере, цветовых характеристиках, форме или форме и цвете некоторых их частей, а также месте обитания и опасности для человека (ср., например, англ. *great white shark*, *blue pointer*, *white pointer*, *southern spiny shark*, *spiked shark*, *spotted spiny shark*, *thornback shark*, *death shark*, *white death shark*, *maneater*, *maneater shark* и коррелятивные им названия в русском языке *сероголубая акула*, *чернорылая акула*, *короткоперая колючая акула*, *обыкновенная колючая акула*, *пятнистая колючая акула*, *тупорылая колючая акула* и др. Не случайны поэтому и межъязыковые совпадения мотивировочных признаков во внутренней форме слов: *whitefin dogfish* – *белоперая собачья акула*, *barreleye* – *бочкоглаз*, *bigeye smoothhead* – *большеглазый гладкоголов* и др.

Для наименований принципиально иной по своей природе сферы, например, для наименований блюд в области кулинарии, выбираются составные компоненты, указывающие на вид продукта, из которого приготовлено блюдо, способ приготовления, используемых инструментах, место, где тот или иной способ приготовления изобретен или распространен, приправы, способ подачи и т.д. Ср., например, *баранина, запеченная с кашей под сметанным соусом; цыплёнок, жаренный кусками в молочном соусе и гренками; жаркое из телятины в сковороде; рубленые котлеты из свинины; мясо отварное, запеченное с морковно-яблочным пюре; рагу из баранины по-гречески* и др.

Сравнение семантических моделей, демонстрирующих закономерности выбора определенной информации о мире, закрепляемой в лексических единицах, по их наполнению, регулярности и своеобразию, приоткрывая «окно» в скрытый концептуальный мир носителей языка, позволяет приблизиться к объяснению глубинных свойств процессов категоризации, концептуализации и вербальной их репрезентации.

З. А. Харитончик, Е. Шибeko

ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИЧЕСКИХ ОПИСАНИЙ В РАЗНОЯЗЫЧНЫХ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЯХ

Одной из основных проблем лексикографии является проблема семантического описания лексических единиц, решение которой предопределяет принимаемые составителем словаря формулировки словарных дефиниций. Задача построения дефиниций усложняется многообразием типов словесных знаков, а также разной направленностью словарей на определенного пользователя.

Цель нашего исследования заключается в выявлении общих и различных свойств семантических описаний в разноязычных лексикографических традициях.

Проведенное сопоставление словарных статей ряда конкретных (*человек, животное, собака, обезьяна, рыба* и т.д.) и абстрактных имен существительных (*жизнь, талант, правда, память* и т.д.) в русском языке и их аналогов в английском позволило установить следующие закономерности построения семантических описаний слов.

Словарные статьи тождественных слов в толковых словарях различаются **объемом информации**, передаваемой в дефиниции. Так, в словарных статьях Толкового словаря русского языка Д. Н. Ушакова и Толкового словаря С. И. Ожегова и Н. И. Шведовой слово *память* описывается как ‘Способность сохранять и воспроизводить в сознании **прежние впечатления, опыт**’ и как ‘Способность сохранять и воспроизводить в сознании **прежние впечатления**’. В англоязычных словарях Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English и Cambridge Advanced Learner’s Dictionary коррелятивное слово *memory* также получает неидентичную дескрипцию: ‘The ability to remember **things**’ в первом случае и ‘The ability to remember **information, experiences, and people**’ во втором.

Словарные статьи тождественных слов в толковых словарях различаются также **типами информации**, передаваемой в дефиниции. Это очевидно из дефиниций слова **животное**: ‘Живое существо, способное *чувствовать и передвигаться*’ и ‘Живой организм, существо, *обладающее способностью двигаться*’ и его коррелята *animal* ‘Something *that lives and moves but is not a human, bird, fish, or insect*’ и ‘A living organism which *feeds on organic matter, typically having specialized sense organs and nervous system*’.

На основании полученных данных можно также сделать вывод об **использовании разных типов лексики** в дефинициях и в целом о существовании серьезных различий в экспликации значений слов толковыми словарями русского и английского языка.

Е. Э. Шуранова

К ВОПРОСУ О СОЧЕТАЕМОСТИ ПРЕДМЕТНО-ПРИЗНАКОВЫХ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Данная работа посвящена сочетаемости предметно-признаковых имен существительных. Под предметно-признаковыми именами существительными (далее ППС) мы понимаем особый класс имен, которые обозначают свойства объектов в конструкциях типа «ППС + предлог + имена локализирующего объекта». Фрагменты действительности, обозначаемые данными именами, расположены на объектах, часто их местоположение уточняется. Например, *трещина в черепе*, *дупло в сосне*, *царапина на лбу*, *ниша в стене*.

Для установления особенности сочетаемости ППС мы проанализировали возможность употребления данных имен с наименованиями различных классов объектов.

Наше исследование проводилось на материале Национального корпуса русского языка и немецкого корпуса DWDS. Нами отобрано 10.000 контекстов, в которых исследуемые существительные употребляются в конструкциях типа «ППС + предлог + наименование объекта» (*пятно на стене*, *щель в потолке*). В результате нами получено некоторое количество имен, с которыми сочетаются ППС. Эти имена классифицированы нами на 10 классов объектов согласно их пространственным свойствам: «Человек», «Геополитические объекты», «Здания и сооружения», «Транспортные средства», «Ограниченно подвижные артефакты», «Геофизические объекты», «Пути», «Части тела», «Части зданий и сооружения», «Вещепризнаки».

Следует отметить, что некоторые классы объектов весьма многочисленны. Так, в класс «Геофизические объекты» объединены все геофизические объекты и объекты неживой природы. Общими пространственными характеристиками объектов этого класса являются стационарность и отсутствие ингерентной ориентации по первой горизонтали. С точки зрения отношения к визуальному восприятию данный класс является смешанным. В него вошли такие наименования объектов как *вселенная* и *океан*, *море* так и *камень*, *трава*.

Установлено, что исследуемые нами имена сочетаются лишь с наименованиями пяти из вышеназванных объектов, которые отличаются целостностью, твердостью и стабильностью: «Части тела», «Артефакты», «Геофизические объекты», «Части зданий и сооружений», «Пути».

Наибольшее количество контекстов в нашей выборке составили выражения с конструкциями типа: «ППС + предлог + наименование частей тела человека» (477 – в немецком языке и 364 – в русском) (*Runzeln im Gesicht* ‘морщины на лице’); на втором месте по количеству выступают выражения с конструкциями типа: «ППС + предлог + наименование артефакта» (130 – в немецком языке и 267 – в русском) (*вырез на платье*); третье место по количеству составляют выражения с конструкциями типа: «ППС + предлог + наименование геофизического объекта» (86 – в немецком языке и 122 – в русском) (*Spuren im Schnee* ‘следы на снегу’). Наименьшее количество контекстов в нашей выборке составляют выражения с конструкциями: ППС + предлог + наименование частей здания (*Loch in der Mauer* ‘дыра в стене’) и ППС + предлог + наименование путей (*пробоина на дороге*).

Таким образом, выявлена избирательность в сочетаемости ППС с наименованиями различных классов объектов. Данный класс имен сочетается лишь с наименованиями объектов, обладающих целостной поверхностью и стабильностью. Установлено, что избирательность в сочетаемости ППС с именами локализирующих объектов обусловлена свойствами последних.

А. А. Щербакова

ОМОНИМИЯ И ПОЛИСЕМИЯ В ТЕРМИНОСИСТЕМАХ

(на материале терминосистем архитектуры, биологии, лингвистики)

Существование терминов, имеющих одинаковую языковую форму, но входящих в терминосистемы различных областей науки (ср. *key* (арх.) ‘замок свода или арки’, (биол.) ‘ключ, определитель (средство идентификации организма путем выбора из ряда вариантов, относящихся к внешним признакам)’, (лингв.) ‘ключ («тональность» речи (формальная, деловая, дружеская и т. п.))’; *pitch* (арх.) ‘смола, вар, деготь’, (лингв.) ‘высота тона, тон’), и др.), ставит на повестку дня вопрос об их тождестве и отдельности, а следовательно, об их омонимии или многозначности. Проблема становится еще более серьезной ввиду существования совпадающих форм и внутри терминологических систем (ср. *pitch* (арх.) ‘вар, смола, деготь’ и *pitch* (арх.) ‘уклон, скат крыши’).

Совпадая только по своей языковой форме, подобные терминологические единицы не имеют в семном составе общих элементов смысла и, таким образом, обозначаемые ими понятия кардинально отличаются друг от друга, ср. *lemma* (лингв.) ‘лемма (словарная форма слова, вокабула)’ и *lemma* (биол.) ‘нижняя цветковая чешуя’, *box* (арх.) ‘небольшой загородный дом; ложа в театре’ и *box* (арх.) ‘самшит, буксовое дерево (используется для окантовки цветников, для живых изгородей)’, *gum* (биол.) ‘растительный

клей, камедь, гумми, смола' и *gum* (биол.) 'десна', и др. Думается, что именно эта характеристика легла и в основу лексикографической трактовки их как омонимичных терминов.

Противоположная картина наблюдается с терминологическими единицами, в значениях которых наблюдается наличие общего интегрального смыслового компонента, что, по-видимому, может являться основанием для трактовки таких терминологических единиц как многозначных. Например, общий интегральный компонент 'поглощение' является основой переноса имени *absorption* (арх.) 'переход между поверхностью стены (или пилястрой) и пятой (или ребрами) свода в готической архитектуре, где свод как бы поглощается стеной или пилястрой', (биол.) 'движение жидкости или растворенного вещества сквозь плазматическую мембрану', (лингв.) 'фонологические изменения или процесс, при котором один элемент рассматривается как включенный в другой', общая сема «расположение перед чем-л.» ложится в основу переноса имени *vestibule* (арх.) 'закрытое или частично закрытое пространство перед главным входом в греч. или римское здание', (биол.) 'преддверие'.

Рассмотрение семантических отношений терминологических единиц, имеющих одинаковую языковую форму, но обозначающих разные понятия, показало, что большинство из них являются многозначными терминами, значения которых связаны общим интегральным семантическим компонентом и модифицируются или конкретизируются в зависимости от сферы применения. Омонимия, как внешняя, так и внутри трех исследуемых терминосистем – явление более редкое.

В. Р. Абреу-Фамлюк

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРПРЕТИРУЮЩИХ РЕЧЕВЫХ АКТОВ В НАУЧНОМ ДИАЛОГЕ

В научном полемическом диалоге важную роль играют речевые акты, с помощью которых адресат сообщения может прояснить позицию своего собеседника, достичь более глубокого осмысления анализируемого высказывания и впоследствии иметь возможность детально обсуждать проблемные вопросы, излагать свое мнение касательно предмета дискуссии, выражать оценку и т.д. Одним из метакоммуникативных способов верификации правильности понимания выступают так называемые «интерпретирующие речевые акты» (термин предложен И. М. Кобозевой и Н. И. Лауфер), посредством которых слушающий выдвигает свою интерпретативную гипотезу, формулирует свой вариант понимания того или иного фрагмента дискуссии. Непременными характеристиками подобных речевых актов являются:

1) их расположение в реактивной реплике, причем ответная реплика, содержащая интерпретирующий речевой акт (далее ИРА), может находиться в некотором удалении от иницирующей (в случае, например, обсуждения научного доклада, когда дискуссия начинается после завершения выступления говорящего);

2) присутствие интерпретируемой пропозиции;

3) наличие формального языкового показателя (*то есть, значит, получается, вы исходите из, вы думаете/ считаете/ подразумеваете, из ваших слов следует, вы имеете в виду, насколько я понял, я так понимаю, у меня сложилось впечатление, если я правильно понимаю* и т.п.).

Функции ИРА тесно связаны с их расположением в определенном типе субдискурса (а именно в субдискурсе говорящего или слушающего). Так, ИРА, содержащиеся в партии интерпретируемого, т.е. автора исходной реплики, были отнесены нами к разряду рефлексивных ИРА. Они отражают «интерпретацию интерпретации» и представляют собой фиксацию говорящим некорректного понимания собеседником его слов и, как правило, корректировку неверной интерпретативной гипотезы слушающего. Интерпретация, представленная в рефлексивном интерпретирующем речевом акте, направлена не на слова собеседника, а на понимание собеседником сообщения самого говорящего, в связи с чем функции рефлексивных ИРА сводятся к восстановлению понимания путем сообщения собеседнику о возникновении коммуникативной неудачи:

– *Пафос Михаила Александровича направлен, насколько я понял, против иллюзий насчет того, что власти могут прислушаться к нашим предложениям. Иллюзии – это, конечно, плохо. Но ведь отвергнутые или незамеченные предложения – это еще и основа для конкретной критики властей и,*

соответственно, для критики государственной системы, изменения отторгающей. И, следовательно, для более содержательных апелляций к обществу, которое сегодня осведомлено о либерально-демократических проектах лишь в предельно абстрактном их выражении.

– **Я не к тому. Я к тому, что** не надо было апеллировать к нынешним институтам. А сама работа, безусловно, нужна. Мы должны быть готовы, конечно.

Нерефлексивные ИРА, располагающиеся в речевой партии интерпретирующего обладают более широкими функциональными возможностями. Прежде всего, в отличие от рефлексивных ИРА, направленных на корректировку понимания сообщения, нерефлексивные ИРА ориентированы на проверку правильности понимания:

– *Мне кажется, что в методических рекомендациях нет того анализа рисков, когда внедрение этой системы может приводить к искажениям. Они нуждаются в полной переделке. Там много заложено совершенно правильных идей. Но анализ рисков и как предотвратить эти риски.*

– **То есть, если я Вас правильно понял**, вы предлагаете внести в эти рекомендации анализ рисков, а в целом вы одобряете эти методические рекомендации.

Эта функция является общей для разных прагматических типов нерефлексивных ИРА, независимо от наличия дополнительной интенции или ее характера.

Кроме того, с помощью ИРА нерефлексивного типа может осуществляться фиксация темы, т.е. выделение локальной темы из политематического текста, которым, как правило, является научная дискуссия:

– *Я хотел бы задать вопрос, непосредственно относящийся к теме доклада. **Вы сказали о трудностях процесса реформирования или создания новой системы и т.д.** Почему не подходит пример Ли Куан Ю? Там много всего, почему не подходит?*

Оценочная функция нерефлексивных ИРА проявляется в выражении отношения к сказанному, к способам передачи информации, к самому акту коммуникации; при этом оценка может быть как позитивной (а), так и негативной (б), ср.:

а) – *Валерия Сергеевна **правильно сказала** в своем выступлении, что большой вклад в знания о личности внесли работники религии [...].*

б) – *Можно задать вопрос? **Если я правильно понял** Ваше выступление, Вы предполагаете, что главным критерием, объединяющим кафедры теологического факультета, должен быть критерий научности. Однако почему тогда это теология, а не религиоведение? Мне это непонятно. Все таки теология не может оперировать критерием научности.*

Любопытны также комбинированные случаи, в которых сочетаются похвала и критика:

– *Очень коротко. Очень интересное выступление. Сначала **Вы, правда, заявили, что** постсоветское пространство есть, а закончили тем, что его нет («очень интересное выступление» – позитивная оценка, ссылка на противоречивость – негативная оценка).*

Следует отметить, что для рефлексивных ИРА наличие оценочного компонента не характерно. В большинстве случаев в рамках научной коммуникации собеседники предпочитают производить корректировку понимания нейтральным образом, не эксплицируя оттенки недовольства, досады или разочарования. Тем не менее, такие случаи все же возможны:

– *Ответ простой – это эффективное использование интеллектуальной собственности.*

– ***Я не говорил** об эффективном использовании, **я говорил** об управлении. В общем-то, простите, суть моего выступления прошла зря. **Я хотел донести мысль**, что не любое изменение, не любое повышение, в данном случае показателей, связанных с нематериальными активами, является результатом управления, а только то, что было заранее задано по своим параметрам, и осуществлено в заранее заданное время. Получается, что эту мысль я не донес. Это не ваша вина, это моя вина как выступавшего.*

Помимо этого, в научном дискурсе широко представлены ИРА, выполняющие функцию фиксации отправной точки для дальнейшего обсуждения, развития дискуссии в ином направлении:

– *Регионализация – это осознание каким-либо сообществом национальных, многонациональных, экономических, социальных и прочих интересов, с тем чтобы общество держалось на плаву...*

– *Говоря о регионализме, **Вы** в основном **подразумеваете** отношения властей и экономики, но существует еще проблема идентификации, самоидентификации людей, которые в данном регионе живут.*

Наконец, для нерефлексивных ИРА характерна диалогообразующая функция, подразумевающая их способность влиять на общую направленность дискуссии, т.е. а) возвращать к определенному предмету обсуждения и б) закрывать нежелательные интеракции:

а) – *Вопрос к Алексашенко. Вы сказали, что мягкая финансовая политика несет угрозу западным странам. Перед этим **вы говорили**, что сокращение бюджетного дефицита несет угрозу сокращения производства. Вы не могли бы пояснить: что же тогда делать? Или я неправильно что-то понял?*

б) – *Значит, это чисто условная вещь.*

– ***Я понял, что** это вопрос, который можно обсуждать и как угодно решать.*

Таким образом, рефлексивные и нерефлексивные ИРА существенно различаются по таким параметрам, как диапазон выполняемых функций и возможность полифункциональной реализации.

Л. В. Витченко

СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИРЕКТИВОВ, ВКЛЮЧАЮЩИХ МЕНТАЛЬНЫЕ ПРЕДИКАТЫ

В современной лингвистике представлено значительное количество работ, посвященных различным способам отражения в языке и речи мен-

тальной сферы человека. Среди них важное место занимают разработки, сконцентрированные на исследовании семантических характеристик ментальных предикатов (см., например, типологии, предложенные Ю. Д. Апресяном, Н. Д. Арутюновой, Л. Г. Бабенко, Л. М. Васильевым, В. Г. Гаком, Е. В. Падучевой и др.). При этом одним из наименее изученных аспектов являются особенности функционирования глаголов интеллектуальной деятельности в составе директивных речевых актов.

По нашим наблюдениям, директивы, в состав которых входят ментальные предикаты (далее МДРА), представляют собой достаточно обширный и разнообразный класс речевых действий, посредством которых говорящий оказывает воздействие на ментальную сферу своего коммуникативного партнера. Анализ свыше 800 диалогических фрагментов, отобранных из русскоязычных художественных произведений и включающих императивы глаголов интеллектуальной деятельности, позволяет выделить десять групп МДРА. Каждая из них обладает собственной количественной репрезентативностью, отличается определенным семантическим и прагматическим своеобразием.

Так, в ходе межличностного взаимодействия говорящий чаще всего воздействует на ментальную сферу адресата посредством МДРА, включающих предикаты мышления/мыслительных процессов (22 %), памяти (18 %) и воображения/творческих способностей (17 %). В побудительных коммуникативных ситуациях менее задействованы предикаты веры (10 %), мнения (8 %), знания (8 %) и понимания (7 %). Наименьшей представленностью обладают предикаты принятия решения (4%), оценочной деятельности (4 %) и осмысления реальности (2 %).

С семантической точки зрения общее прототипическое значение побуждения способны выражать лишь МДРА, включающие императивы контролируемых предикатов (см. подробнее в работе Т. В. Булыгиной «Ментальные предикаты в аспекте аспектологии»). Большинство же речевых действий анализируемого типа имеют более богатые значения, осложненные обычно модальностями должествования или разрешения. Ю. Д. Апресян, например, рассматривает побудительные речевые действия типа *Знай, что она тебе врет; Знай, что он тебя не любит* в качестве формулы передачи адресату собственного мнения, а фразы типа *Считай, что тебе повезло; Думай, что хочешь, Понимай, как знаешь*, по мнению исследователя, являются способом передачи модальности разрешения.

С прагматической точки зрения специфика МДРА проявляется в наборе решаемых говорящим в ходе интеракции коммуникативных задач. Несмотря на то, что все десять групп МДРА выполняют общую функцию – с их помощью говорящий достигает изменения в ментальной сфере адресата, некоторые из них характеризуются большей функциональной вариативностью, чем другие. Так, например, посредством МДРА, в состав которых входят предикаты мышления/мыслительных процессов, говорящий:

- а) побуждает к формированию мысли в сознании слушающего:
 - *Как будешь давать показания? В форме вопросов и ответов?*
 - *Нужно подумать, – ответил я.*

– *Думай*, – разрешил следователь и застучал пальцами по клавиатуре (А. Рубанов. «Сажайте и вырастет»);

б) выражает недовольство/недоверие, связанное в первую очередь с содержанием предыдущего высказывания партнера:

– *Твоя-то, чего, на панель подалась?*

Инга Федоровна оторопела:

– *Зина, думай, что говоришь! Настя совсем юная девушка!* (Д. Донцова. «Уха из золотой рыбки»);

в) показывает свое пренебрежительное отношение к возникшему у адресата представлению/мнению:

– *Пусть думает, что брата Леню утопили. Ведь думаешь?*

– *Думаю, – ответил Немчинов.*

– *Ну и думай. Только молчи.* (А. Слаповский. «Большая Книга Перемен»);

г) отказывается от совершения определенных ментальных операций, предоставляя право на принятие решения другому лицу:

– *Мне надо наверх.*

– *Но как туда попасть? – задумчиво протянул Кеша.*

– *Понятия не имею, ты мужчина, вот и думай, – заявила Ольга...* (Д. Донцова. «Доллары царя Гороха»);

д) в ироничной манере блокирует неправильное мнение или ложное представление, возникающее у его коммуникативного партнера:

ДИМА. А спорил на что?

ПАВЕЛ. Не думай, не на деньги. Обещал Зиночку в кино сводить, если до конца недели Ритка на мои ухаживания не ответит... (Е. Венедиктова. «Здравствуй, дорогой...»);

е) выражает предостережение в связи с возникшей у адресата мыслью, которая, по мнению самого адресанта, заведомо обречена на провал:

– *Настьке помочь, подружке моей, ты ее знаешь, беленькая такая...*

– *А-а-а, – протянул Дима, – красивая девка!*

Ася шлепнула его журналом по затылку. – И не думай! У нее любовник есть, богатый человек, профессор (Д. Донцова. «Уха из золотой рыбки»).

По сравнению с МДРА, включающими в свой состав предикаты мышления/мыслительных процессов, прагматический потенциал МДРА с глаголами понимания характеризуется значительной ограниченностью. По сути, с их помощью говорящий реализует только два вида функций:

а) выражает настойчивое доведение до слушающего определенной информации/собственной позиции:

МУЖ. Но ты же не любишь этого козла, ё!

ЖЕНЩИНА. Я этого не говорила. Пойми, я ему нужна больше, чем тебе, вот и все (А. Слаповский. «ЖЗЛ. Любовь»);

б) заверяет своего партнера в искренности своих слов/действий/намерений:

– *Валя, это один из моих клиентов...*

– *Иван Андреевич! – взмолился мужчина. – Только не поймите меня превратно... Прошу прощения... Мне в вашей конторе сказали, что вы*

отбыли в неизвестном направлении и передали все дела Царькову. Но дело в том, что Царьков меня совершенно не устраивает, и вообще... (Т. Тренина. «Русалка для интимных встреч»).

Что касается МДРА, в состав которых входят императивные формы глаголов воображения (*представь, вообрази* и др.), то с их помощью говорящий, по сути, реализует одно побудительное значение, связанное с созданием у слушающего нового представления, нередко затрагивающего ирреальную ситуацию/положение вещей:

ЕЛИЗАВЕТА. Представь на минуточку, что Лева хочет жениться на другой женщине.

ЭСФИРЬ. Что ты несешь? Лева женат на Сонечке! Что может быть ему лучше? (Л. Улицкая. «Мой внук Вениамин»).

Таким образом, можно утверждать, что отдельные группы МДРА различаются не только по употребительности, но и по набору выражаемых с их помощью побудительных значений. Так, МДРА с предикатами мышления обладают максимально широким функционально-семантическим диапазоном, а МДРА с предикатами мышления и воображения, в свою очередь, характеризуются функциональной ограниченностью.

А. О. Гурская

К ПРОБЛЕМЕ МНОГОЗНАЧНОСТИ ПРЕДЛОГОВ

Общепризнано, что предлоги являются одними из самых многозначных языковых единиц, однако, несмотря на это, характер связей между значениями одного и того же предлога изучен недостаточно. Остается невыясненным, насколько многозначны отдельные предлоги, какое максимальное количество значений они могут иметь, как связаны между собой отдельные значения предлогов. В докладе представлены результаты исследования структуры значения наиболее употребительных многозначных предлогов в английском языке. В ходе исследования выяснилось, каков диапазон значений у этих предлогов, какие типы отношений могут быть обозначены одним и тем же предлогом, насколько многозначность предлога обусловлена типом семантической подгруппы, к которой он принадлежит.

Материалом исследования послужили многозначные предлоги (41 единица), зафиксированные в Частотном словаре современного английского языка, в котором приводится список из 5000 наиболее употребительных слов. Структуру значения отобранных предлогов мы анализировали на основе словарных статей Оксфордского словаря современного английского языка. Вслед за «Всесторонней грамматикой английского языка» Рэндольфа Квирка, мы подразделили данные предлоги на семантические подгруппы согласно их описаниям в словаре: предлоги, у которых указывается пространственное значение первым, относились к пространственным, предлоги, у которых указывается временное значение первым – к временным и т.д.

Отобранные предлоги образуют 9 семантических подгрупп: подгруппа пространственных предлогов, подгруппа временных предлогов, подгруппа предлогов включения/исключения, подгруппа сравнительно-сопоставительных предлогов, уступки, способа действия, содействия/противодействия, причинно-целевых, объектно-определятельных (сюда вошли предлоги, выполняющие функции падежей).

Установлено, что большинство из самых частотных многозначных предлогов составляют пространственные предлоги: из общего количества отобранных предлогов 27 являются пространственными, 2 – временными, 2 – причинно-целевыми, 3 – сравнительно-сопоставительными, 3 – способа действия, 1 – содействия/противодействия, 1 – включения/исключения, 2 – объектно-определятельными.

Согласно словарным статьям из 27 пространственных предлогов один предлог имеет 7 значений, 3 предлога – шесть значений, 3 предлога – пять значений, 3 предлога – четыре значения, 10 предлогов – три значения, 7 предлогов – два значения. Анализ показал, что 24 пространственных предлога из 27 рассмотренных имеют временное значение, 9 выражают причинно-целевые отношения, 8 – сравнительно-сопоставительные, 4 – способа действия, 2 – содействия/противодействия, 8 – отношения включения/исключения. Половина из них обозначают объектно-определятельные отношения связи, обладания, дополнения и т.д.

Предлоги семантических подгрупп временных, причинно-целевых, способа действия, содействия/противодействия, объектно-определятельных предлогов характеризуются меньшей многозначностью. Установлено, что временной предлог *after* имеет 5 значений, *before* – 3 значения. Сходная картина наблюдается в подгруппе причинно-целевых предлогов: *for* имеет 5 значений, а *out of* – 3 значения. Предлог способа действия *with* имеет 6 значений, *by* – 4 значения, а предлог *as* только 2. Выявлено, что предлог содействия/противодействия *against* имеет 4 значения, а объектно-определятельные предлоги *of*, *about* обозначают отношения предметов друг к другу, обладание, дополнение, принадлежность и т.д. Помимо этого они могут обозначать пространственные отношения, а предлог *of* – и причинно-следственные, и временные.

Сравнительно-сопоставительные предлоги и предлоги включения/исключения обладают наименьшей многозначностью. Сравнительно-сопоставительные предлоги *like/unlike* выражают два значения, *than* – три. Выявлено, что предлог *without*, произошедший от древнеанглийского ‘*wiðutan*’ (‘вне чего-либо, снаружи’) с развитием языка приобрел значение исключения, тогда как первичное пространственное можно обнаружить только в старинных текстах.

Таким образом, из исследования следует, что максимальное количество значений, выражаемых предлогами, достигает семи: пространственный предлог *from* имеет значения временные, причинно-целевые, сравнительно-сопоставительные, способа действия, включения/исключения и объектно-

определительные. Установлено, что многозначными являются не только пространственные предлоги, но и предлоги, принадлежащие к другим семантическим подгруппам. Выявление наличие связей между отдельными значениями предлогов, установление типов этих связей станет предметом последующего исследования.

О. В. Ермолович

ВИДЫ ФОРМАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ СВЯЗНОСТИ РЕПЛИК В ДИАЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНСТВАХ С ЧАСТИЧНОЙ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ СВЯЗНОСТЬЮ

Исследования диалога в современной лингвистике характеризуются смещением фокуса с изучения отдельных составляющих диалогическое взаимодействие единиц на анализ непосредственно взаимоотношений между ними. Так, в настоящее время актуальным является не просто изучение типов связности реплик в диалогическом единстве, но установление существующих между этими типами корреляций.

В рамках данного научного исследования нами принята позиция, согласно которой в диалогическом единстве между иницирующей и реактивной репликами обнаруживаются два вида связности – формально-семантическая и прагматическая.

Под **формально-семантической** связностью мы понимаем связность иницирующей и реактивной реплик с помощью различных языковых средств, осуществляемую на поверхностном уровне диалогического текста. Данный вид связности реплик представлен следующими типами связей: эксплицитная (рекуррентная, инцидентная (проформы, юнктивы), функционально-коррелятивная) и имплицитная (эллиптическая, тезаурусная) (О. Л. Каменская, С. М. Поляков, Е. В. Гречина и др.).

Под **прагматической** связностью реплик в диалогическом единстве традиционно понимается связность, основанная на естественной реакции слушающего на коммуникативное намерение, т.е. связность по иллокутивной функции (см. работы Е. В. Падучевой, А. Н. Баранова и Г. Е. Крейдлина, И. Н. Борисовой и др.). При этом принято дифференцировать полную (стандартную) и неполную (частичную) прагматическую связность, причем в рамках последней выделяется несколько подтипов: отсроченная (уточнение, переспрос), конкурирующая, корректирующая и игнорирующая (работы С. А. Сухих и В. В. Зеленской).

В рамках данной работы нами была предпринята попытка выявить особенности корреляции разновидностей формально-семантической и прагматической связности иницирующей и реактивной реплик в диалогических единствах с частичной прагматической связностью, а именно при уточнении и переспросе как самых частотных вариантах частичной прагматической связности.

Анализ практического материала (около 200 диалогических единств) показал, что в диалогических единствах с частичной прагматической связностью ведущей разновидностью формально-семантической связности является эллипсис, на долю которого в целом (самостоятельно и в комбинации с иным типом связи) приходится 75 % от общего числа связей.

При этом комбинация эллипсиса и рекурренции составляет 37 %:

ВИКТОРИЯ. Об этой. Вы хотели ее у меня отобрать.

УСОВ. Отобрать? (А. Вампилов. «Рафаэль»).

Эллипсис как самостоятельный тип связи представлен в 26 %:

ГАВРЮШИНА. Надомная. И потом – мы венчанные.

НЕПОЧАТЫЙ. Давно? (Ю. Поляков. «Как боги»).

На долю комбинации эллипсиса и инцидентной связи (проформы и юнктивы) приходится 12 % проанализированных контекстов:

АНЧУТИН (помолчав). А где их взять?

УГАРОВ. На заводе? (А. Вампилов. «Двадцать минут с ангелом»).

КАЛОШИН. Ведь он мне руку чуть не выставил.

ВИКТОРИЯ. А вы? Как вы его толкнули? (А. Вампилов. «Кладбище слонов»).

Остальные разновидности формально-семантической связности представлены следующим образом:

- комплексная связь (три и более компонента) – 8 %;
- рекуррентная связь – 8 %;
- тезаурусная связь – 3 %;
- комбинация инцидентной (юнктивы и проформы) и рекуррентной связей – 4 %;
- инцидентная связь (юнктивы) – 2 %.

Таким образом, ведущим типом формально-семантической связности реплик в диалогических единствах, где иницирующая и реактивная реплики связаны частичной прагматической связностью, является эллиптическая связь, представленная как самостоятельно, так и в комбинации с иными типами связей. Подобная корреляция формально-семантического и прагматического типов связности существенным образом отличается от наблюдаемой в диалогических единствах с полной прагматической связностью, где ведущим типом формально-семантической связности является рекуррентная.

И. Н. Жарикова

К ПРОБЛЕМЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГРАНИЦ ПРЕДЛОГОВ КАК КЛАССА СЛОВ

С начала 20-ых годов XX века увеличилось внимание к исследованию предлогов. Можно выделить три основных подхода к исследованию предлогов: морфологический, семантический и функциональный, т.е. с позиции своих морфологических характеристик, синтаксической и коммуникативной функции, своего лексического значения. Несмотря на наличие значительного

количества работ, посвященных предлогам, ряд вопросов относительно их места и роли в языке остается нерешенным. В частности, открытым остается вопрос об установлении границ предлогов как класса слов, на решение которого направлена наша работа.

Ядро предлогов как класса слов составляют односложные языковые единицы, состав которых исчисляем и в диахронии претерпевает по сравнению с другими классами слов меньше изменений. Однако большую часть данного класса слов составляют производные единицы, состав которых, как отмечает М. В. Всеволодова, постоянно пополняется. Установлено, что предлоги в диахронии пополняются неравномерно, наблюдаются периоды наиболее интенсивного перехода в качество предлогов единиц других классов слов. Постоянное пополнение класса предлогов за счет процессов грамматикализации свидетельствует о размытости границ предлогов как класса слов. В связи с этим М. В. Всеволодова вместо термина *предлог* предлагает более широкий термин *предложная единица* для обозначения грамматизированных (частично или полностью) конструкций.

В сложившейся традиции описания европейских языков предлоги в академических грамматиках указываются исчерпывающим списком, причем если списки однословных предлогов достаточно стабильны, то списки составных предлогов варьируют, причем, как установлено в ходе исследования, не все из проанализированных нами составных предлогов в английском, русском и немецком языках имеют вхождения в корпусах этих языков. Открытым остается вопрос о том, свидетельствует ли это об утрате такими единицами предложного значения.

Исследование показывает, что в сравниваемых языках класс предлогов пополняется за счет составных единиц неравномерно. Анализ списков предлогов в академических грамматиках показал, что, например, число составных предлогов с пространственным значением в русском языке составляет 39, в английском – 42, а в немецком – только 6. Отсюда возникает вопрос о способах пополнения предлогов в разных языках, которое может происходить не только за счет составных единиц.

Отдельного изучения требует проблема пополнения разных семантических групп предлогов – локативных, темпоральных, модальных и др., что станет предметом наших будущих исследований.

Е. В. Жигалко

ФУНКЦИИ САМООЦЕНОЧНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В КОНФЛИКТНОМ ДИАЛОГЕ

В теории конфликта (в том числе активно разрабатываемой современной лингвопрагматикой) фокус внимания большинства исследователей традиционно сосредоточен на негативнооценочных высказываниях, направленных на оппонента. Вместе с тем можно предположить, что не менее сильным прагматическим потенциалом и способностью оказывать непосредственное

влияние на ход развития конфликта обладает рефлексивная оценка, объектом которой выступает сам говорящий. При этом в речевом конфликте используются как позитивно-, так и негативнооценочные рефлексивные высказывания, отличающиеся своей функциональной направленностью.

При рассмотрении речевых конфликтных ситуаций была выявлена определенная специфика употребления позитивной и негативной самооценки.

Позитивная самооценка в речевом конфликте имеет, как правило, реактивный характер, т.е. мотивирована содержанием предыдущего высказывания партнера по коммуникации. Так, достаточно типично ее употребление в качестве реакции на порицание:

ПАРКИНСОН: Увы, вы невнимательно читали договор.

АНДРЕЙ: Я невнимательно? Да вы знаете, сколько договоров я заключил? У меня в Москве фирма. Дайте сюда договор! (Ю. М. Поляков. «Левая грудь Афродиты»).

Примечательно, что подобного рода самооценочные высказывания, как правило, сопровождаются мотивировочными компонентами, обоснованием несогласия с оценкой собеседника.

Любопытно, что позитивная самооценка в конфликте обладает способностью вызывать оценочную цепную реакцию. На наш взгляд, это связано с тем, что собеседник, услышав, как его партнер по коммуникации хвалит себя, в конфликтной ситуации считывает импликацию «я хороший, а ты/он плохой», что порождает последующие оценочные конструкторы:

ЮРА: Знаешь, я его иногда вспоминаю. Вот ты не обижайся только. Он так-то ничего мужик был. Но не хозяин.

ГЕНА: Ты хозяин.

ЮРА: А что, нет? Все сам, своим горбом. И когда все шваркнулось, не стал, как некоторые, за стакан хвататься. И детям своим в глаза спокойно смотрю.

ГЕНА: (отстраняется и внимательно смотрит на него): Ты, что хочешь сказать?

ЮРА: Что хотел, то и сказал.

ГЕНА: Так. Интересно. Значит твои дети в полном порядке? Какой ты, Юра, молодец. А Коля, ну что тут скажешь? Куда ему до тебя. Только вот я тоже своему ребенку в глаза спокойно смотрю. Тебе это понятно?

ЮРА: Чего ты завелась?

ГЕНА: (вскакивает): Ты мне вот что скажи. Я что, своему ребенку зла желаю? Я, что, мать плохая? Так, Юра?

ЮРА: Я не про тебя...

ГЕНА: Юра, ты понял, что сказал? Я за него глотку порву! Любому!

ЮРА: Успокойся.

ГЕНА: Да я как рыба об лед! Одна! Все сама! И я что не мать?! Что ты про это знаешь?! Ты мне хоть как-то помог? Ты думаешь, что мне живется легко? Ты по себе людей не меряй! (В. Е. Дурненков. «Экспонаты»)

Негативная самооценка используется как в иницирующих, так и в реактивных речевых актах (далее РА).

Под инициирующими (контекстуально-независимыми) РА мы понимаем речевые акты, самооценка в которых никак не мотивирована содержанием предыдущей реплики. В инициирующих РА негативная самооценка чаще используется с целью нейтрализовать возникший конфликт, например, в качестве извинения на этапе завершения конфликта:

– *Сам иди, – медленно повторила она, все еще не понимая, отчего на губах появился соленый привкус, – иди и говори дяде Паше, что хочешь. Я не пойду.*

Коротков встал со стула, подошел к ней, погладил по голове и ласково поцеловал в щеку.

– ***Извини, я дурак, не подумал. Прости, Ася. Может, тебе лучше домой пойти?*** (А. Б. Маринина. «Мужские игры»), – или в качестве признания вины на начальном этапе:

БУСЫГИН: Ну нет. С меня хватит... Если ты останешься здесь, я уеду.

НИНА: Здравствуйте! Это почему же?

*БУСЫГИН: Почему?... Потому что... Потому что **я идиот** и не вижу из этого никакого выхода!* (А. В. Вампилов. «Старший сын»).

В реактивных РА негативная самооценка нередко используется в манипулятивных целях, т.е. чтобы усилить свою позицию и ослабить позицию партнера по коммуникации. Так, в следующем контексте в ответной реплике собеседница (на наш взгляд сознательно) преувеличивает негативный смысл, данной ей оценки, ставя собеседника в крайне невыгодное положение некорректного бестактного человека:

– *Мариша... – как можно мягче, зная непростой характер дочери, заговорил он, накрыв ладонью ее всегда холодную руку, по-прежнему цепко державшую отворот его кофты. – Мариша, ты пойми... я не желаю зла Евгению, я никогда не говорю о нем ничего плохого. Но и не говорить правды о Егоре я тоже не могу. Знаешь, ты, собственно, сама немножко виновата. Если не хотела, чтобы он знал, могла и не говорить...*

– *Да? – прищурилась Коваль. – Не говорить? Вот ты умный, **а я дура, алкоголичкой воспитанная!** Как не говорить, когда он своими глазами свидетельство о рождении видел?* (М. Крамер. «Визит с того света или деньги решают не все»).

Помимо этого, негативная самооценка в конфликте функционирует в качестве косвенного способа обвинения собеседника. В таком случае оценка отнесена к плану прошедшего времени:

МАША: А папа сказал, что ты...

*ИГОРЬ: Мог бы и помолчать за мои деньги! **Каким я был идиотом, когда согласился взять их к нам!*** (Ю. М. Поляков. «Хомо эректус, или обмен женами»).

Обобщая выше сказанное, можно утверждать, что рефлексивные позитивно- и негативнооценочные высказывания используются в конфликтном диалоге с различными целями и оказывают различное влияние на его раз-

витие. Позитивная самооценка, как правило, направлена на самозащиту и зачастую порождает развитие конфликта в подчеркнуто оценочном ключе. Негативная же самооценка реализуется с целью нейтрализовать или предотвратить конфликт, а также с целью ослабления позиции партнера по коммуникации.

Е. Г. Задворная

НЕКООПЕРАТИВНЫЕ КООПЕРАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ

Феномен кооперативности традиционно рассматривается в лингвопрагматике не только в качестве фундаментального принципа речевого общения, но и в роли классификационного критерия интерпретации коммуникативных стратегий

Вместе с тем анализ ряда коммуникативных стратегий показывает, что дифференциация стратегий на кооперативные и некооперативные представляет собой существенное упрощение реального положений вещей.

Во-первых, целый ряд коммуникативных стратегий демонстрирует по отношению к этой категории очевидную амбивалентность. Соответственно вопрос об их кооперативности решается только на уровне коммуникативной тактики и/или коммуникативного хода.

Так, стратегия информирования может осуществляться при помощи подчеркнуто кооперативных (*Если можно, я хотел бы ознакомить Вас...*), нейтральных (*Заседание кафедры назначено на вторник*) и очевидно некооперативных (*А вы вообще знаете, что ваш сын уже неделю в школу не ходит? Мамаша называется*) речевых действий. Аналогично, например, стратегия уклонения/ухода от ответа на вопрос может получать кооперативную (*Ты только не подумай, что я тебе не доверяю, но мне сейчас тяжело об этом говорить*), нейтральную (*По-моему, будет лучше обсудить это позже*) и резко некооперативную (*Что за идиотский вопрос? Ты что, действительно думаешь, что я буду это с тобой обсуждать?*) реализацию. При этом даже одна и та же тактика может воплощаться при помощи как кооперативных, так и некооперативных коммуникативных ходов. В частности, тактика ссылки на отсутствие ресурсов, реализующая стратегию отказа от выполнения просьбы, может (в случае просьбы одолжить денег) реализоваться при помощи как хода типа *Извини, дружище, у самого пусто*, так и хода *Где я тебе возьму? Печатаю я их, что ли?* Соответственно вопрос о том, являются ли данные стратегии кооперативными или некооперативными, по сути, некорректен: можно говорить только об их ситуативной манифестации при помощи кооперативных либо некооперативных коммуникативных тактик и/или ходов.

Во-вторых, для ряда стратегий, которые действительно целесообразно относить к кооперативным или некооперативным, всегда возможны реализации, не соответствующие базовой интенции данной стратегии. Так, трудно

оспорить кооперативный характер речевых стратегий приветствия, благодарности, извинения или комплимента. Вместе с тем любая из названных стратегий может быть реализована при помощи не вполне конвенциональных коммуникативных действий (высокомерных, холодных, небрежных и даже оскорбительных), способных полностью нейтрализовать кооперативную сущность соответствующих стратегий, ср. характерные примеры некооперативной благодарности, некооперативного извинения и некооперативного комплимента:

Марина уточкой – переваливалась по квартире, бросая недовольные взгляды в зеркало. Он старался развлечь ее, приносил подарки. «Спасибо», – равнодушно говорила Марина и небрежно нюхала французский флакон (И. Муравьева. «Мещанин во дворянстве»);

Николай Всеволодович <...> нахмурился, твердо подошел к оскорбленному Павлу Павловичу и скороговоркой, с видимою досадой, пробормотал:

– Вы, конечно, извините... Я, право, не знаю, как мне вдруг захотелось... глупость...

Небрежность извинения равнялась новому оскорблению (Ф. Достоевский. «Бесы»);

Ко мне Зарецкий относится чуть получше. Хотя, разумеется, презирал меня, как и всех остальных. Его редкие комплименты звучали примерно так:

– Я пробежал вашу статью. В ней упомянуты Толстой и Достоевский. Оказывается, вы читаете книги (С. Довлатов. «Ремесло»).

Кроме того, ситуацию могут усложнять естественные различия в интерпретации той или иной коммуникативной ситуации ее участниками: действия, рассматриваемые одним из коммуникантов как кооперативные (целесообразные/конструктивные/толерантные), могут восприниматься его собеседником как некооперативные (неуместные/дисгармоничные/бестактные). Ср.:

– Да... недалеко я плыл в тазу! – произнес он горестно.

– Ничего! – как мог, я его утешил. – Зато против течения греб!

Это его почему-то оскорбило.

– Некоторые тут вообще... непонятно откуда приплыли! (В. Попов. «Свободное плавание»).

Очевидно, что речевой ход, реализующий с точки зрения говорящего, коммуникативную стратегию утешения, производит прямо противоположный эффект. Кстати, любопытно отметить, что для стратегии утешения вообще характерны расхождения в намерениях говорящего и реальном перлокутивном эффекте, см. сомнительность позитивного эффекта речевых ходов типа *Ну что ты разнылся/Встряхнись/Возьми себя в руки*, или *Ничего, впредь будешь умнее*, или *Ну что ты плачешь, ничего ведь уже не исправишь*, или *Тоже мне проблема/А вот посмотри на Таню – ей же гораздо тяжелее...* В то время как адресант, как правило, предпринимает подобные речевые действия с искренним намерением поддержать и успокоить адресата, последний вполне может интерпретировать их как упрек в слабости,

неразумном поведении, совершении серьезной ошибки, необоснованном преувеличении значимости своих переживаний и т.п., что способно радикально переформатировать коммуникативный эффект использования кооперативной по своей сущности стратегии.

Таким образом, однозначной интерпретации коммуникативных стратегий в рамках параметра кооперативности/некооперативности препятствуют как минимум три обстоятельства: во-первых, возможность реализации ряда стратегий при помощи и некооперативных, и нейтральных, и кооперативных тактик/ходов; во-вторых, возможность ситуативной инвертированной реализации стратегий, для которых признак кооперативности/некооперативности является имманентным; и, наконец, рассогласование в субъективной интерпретации коммуникативной ситуации ее участниками. Соответственно говорить о кооперативности значительного числа коммуникативных стратегий можно лишь с существенной долей условности.

Е. Г. Задворная, Е. В. Ксендзова

КОННОТАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НАИМЕНОВАНИЙ ОДЕЖДЫ

Наименования одежды представляют собой одну из интереснейших лексико-семантических групп имен существительных, изучаемую в самых разных аспектах (семиотическом, этимологическом, деривационном, сопоставительном, социолингвистическом и др.). Это не удивительно, так как одежда, кроме собственно утилитарных, выполняет ряд важных социально-культурных функций (эстетическую, статусно-ролевую, креативно-моделирующую, функцию гендерной самоидентификации и пр.), что находит сложное смысловое отражение в различных дискурсивных практиках (а порой эти практики конституирует – см., в частности, феномен дискурса моды).

В связи с этим важными представляются вопросы о том: 1) каким диапазоном коннотативных смыслов располагают отдельные наименования одежды; 2) какова семантическая специфика смыслов, порождаемых при употреблении единиц, входящих в данную ЛСГ; 3) какие механизмы смыслопорождения могут быть при этом задействованы.

1. Наименования одежды существенно различаются по наличию и диапазону потенциальных коннотативных смыслов, которые способны актуализироваться (или порождаться) при их употреблении. В этом плане очевидно выделяются наименования с богатым коннотативным потенциалом, с одной стороны, и с практически нулевым, с другой. При этом для наименований второй группы (обладающих низким коннотативным потенциалом) ситуативная реализация дополнительных смыслов возможна в контекстах оппозитивного типа, ср. блестящий афоризм писателя и культуролога А. Гениса: «Московский писатель пишет **в валенках**, питерский – **на пуантах**».

Любопытно, что данный параметр не обнаруживает очевидных корреляций с такой характеристикой, как частотность употребления соответствующей

щей лексемы. Например, лексемы *шляпа* и *шапка* имеют очень близкие показатели употребительности: в частности, Национальный корпус русского языка (далее – НКРЯ) фиксирует по запросу *шляпа* 2037 вхождений из 1238 документов, а по запросу *шапка* – 2348 вхождений из 1361 документа; при этом *шапка* употребляется практически только как элемент вестиментарного кода (в смысле Р. Барта), в то время как *шляпа* демонстрирует высокий коннотативный потенциал (см. ниже).

2. Характер актуализируемых при употреблении различных наименований одежды коннотативных смыслов существенно различается. Например, все коннотативные употребления лексемы *шляпа* (как правило, в предложно-падежном сочетании *в шляпе*) связаны с социально-ролевой **характеристикой личности**, причем существенную роль при этом играет гендерная дифференциация соответствующих смыслов.

При характеристике мужчин доминируют коннотации интеллигентности, причем в двух аксиологических вариантах: маркированном позитивно, либо, напротив, отчужденно-негативно, ср.: *С 1952 года я начал выписывать этот журнал и буквально проглатывать его. Кроме совсем уж недоступных или, напротив, совсем примитивных статей. Напомню, что «Вопросов литературы» тогда еще не было. Я читал журнал, изучал французский язык, штудировал Пыпина, ходил в шляпе и дописывал диссертацию, начатую еще летом между третьим и четвертым курсом. И учил детей русскому языку, русской литературе и логике. И долго думал, что в «Известиях Академии Наук» печатаются только академики. Ну, или членкоры (В. Баевский. «Центральный поселок»)* (отметим, что в данном контексте наличие шляпы оказывается единственным материальным индикатором определенного социального статуса, стиля жизни и образа мыслей и совершенно органично встраивается в ряд *читать журнал, изучать французский язык, писать диссертацию и учить детей*); *Сквозь раскрытую дверь кабинета мне видно, что возле двери с надписью «Пищеблок» стоит сама директриса, окруженная несколькими дядечками, каждый из которых, так или иначе, относится к категории «в очках, с портфелем и в шляпе» (хотя не имеет ни того, ни другого, ни третьего). Это какая-то комиссия (М. Палей. «Дань саламандре»; НКРЯ)* (в данном случае характерно отсутствие соответствующих денотатов: символическая взаимосвязь между определенным социальным типом и триадой «в очках, с портфелем и в шляпе» настолько очевидна, что не нуждается в материализации).

При характеристике женщин актуализируется другой комплекс коннотаций, отсылающих, в частности, к таким типам, как «светская дама»/«дама из бывших», «городская сумасшедшая», «изысканная и недостижимая девушка-мечта», ср.: а) *Но ведь пани Янжвецкая! Дама в некотором роде аристократическая, из бывших, бывшая хозяйка бывшей гостиницы! Ходит в шляпе с птичьим гнездом! Знает этикет!* (А. Рыбаков. «Тяжелый песок»; НКРЯ); б) – *Вы видели, видели, – к ним подбежала, запыхавшись, Олимпия, это она спугнула чайку, – там, у кафе, такая странная женщина в шляпе*

с матерчатыми цветами и перчатках, очень сильно накрашенная, сама с собой танцует вальс, и у нее сползают чулки... (Т. Орлова. «Ловушка для ящериц»; НКРЯ); Витек ... мечтал сидеть на сцене с аккордеоном, а чтоб сзади него – все в длинных белых блестящих платьях – стояли девушки и пели под его аккомпанемент. Он мечтал, чтоб его девушка сидела в этот момент в первом ряду **в шляпе** с вуалеткой в точечку, закинув ногу за ногу, и была на ее вскинутой ноге черная лодочка с муаровым бантом (Г. Щербакова. «Реалисты и жлобы»; НКРЯ). Разумеется, этот комплекс смыслов является пластичным, динамичным и существенно меняется в различные периоды истории общества, вследствие чего приведенные коннотации могут утрачивать свою актуальность, что обуславливает необходимость корректной фиксации временных рамок тех или иных употреблений анализируемых наименований.

Но, так или иначе, в проанализированных контекстах, включающих конструкцию *в шляпе*, речь идет исключительно о **характеристике человека**.

Что же касается коннотативных употреблений лексики *пуанты*, то они связаны с **характеристикой процесса**, причем нередко интеллектуального и творческого, ср. цитированное выше *писатель пишет на пуантах*, а также: *Моцарт получился очень поэтичным и увлекательным. Во второй части тонкость фразировки достигла такого предела, что вызывала даже некоторые опасения (где тонко, там рвется!). Темы появлялись как бы на пуантах, а пианисты, казалось, затаили дыхание* (В. Крайнев «Сюрприз»; НКРЯ).

3. В ряде случаев (в том числе приведенных выше) очевидны различия в механизмах порождения дополнительных смыслов, актуализируемых при употреблении лексем анализируемой ЛСГ: в конструкциях с лексемой *шляпа* речь идет о классических коннотациях, связанных с прямым значением слова, в то время как в конструкциях с лексемой *пуанты* представлены окказиональные метафорические вторичные значения, в свою очередь основанные на коннотативных компонентах прямого значения.

Е. Г. Задворная, А. Хонарджу

ФУНКЦИИ НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ КОММУНИКАЦИИ ОКУЛЕСИЧЕСКОГО ТИПА В МУЖСКОМ И ЖЕНСКОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПОВЕДЕНИИ

Как известно, невербальные компоненты коммуникации (далее – НВК) способны реализовать достаточно широкий спектр функций. В полной мере это относится и к окулесическим НВК, которые многие исследователи относят к числу наиболее сложных, богатых и выразительных с точки зрения палитры транслируемых коммуникативных смыслов.

Специалистами в области невербальной семиотики предложен целый ряд классификаций функций НВК (Г. Е. Крейдлина, В. А. Лабунской, И. Н. Горелова и др.). Обобщая эти концепции, можно считать, что основными

функциями НВК являются семантическая (информационная), эмоционально-оценочная (или эмоционально-экспрессивная), регулятивная, дейктическая, выделительная, статусно-ролевая и фатическая (включающая метакоммуникативную).

При этом целесообразно предположить, что различные типы НВК (фонетические, мимические, окулесические, проксемические и т.д.) неодинаково реализуют названные функции или, иными словами, каждая из разновидностей НВК отличается и определенной функциональной спецификой. Кроме того, при анализе функционального аспекта НВК представляется важным учитывать социорольные характеристики коммуникантов, в первую очередь их гендер. С этой точки зрения мы проанализировали около 100 фрагментов из русскоязычных художественных текстов, отобранных из Национального корпуса русского языка (далее – НКРЯ) и включающих описание окулесических НВК в мужском и женском коммуникативном поведении.

Как показал наш анализ, доминирующей функцией окулесических НВК является эмоционально-экспрессивная, причем эта тенденция не зависит от гендера коммуникантов. И для мужского, и для женского коммуникативного поведения наиболее частотными оказались такие НВК, как *посмотреть удивленно, внимательно, с интересом* и под. Вместе с тем некоторые различия наблюдаются в характере выражаемых эмоциональных состояний: так, НВК типа *посмотреть строго/угрюмо/хмуро* более характерны для мужского коммуникативного поведения; НВК *посмотреть робко/смуценно/испуганно/умоляюще/взволнованно* чаще реализуются в женском поведении. Значительно реже окулесические НВК выполняют регулятивную функцию, т. е. воздействуют на поведение собеседника (такая функция, в частности, присуща НВК *посмотреть вопросительно*). В ряде случаев можно говорить о совмещении в использовании одного окулесического НВК двух функций. Так, в следующих контекстах:

*Я хотела напомнить, что она запретила нам водить посторонних, тем более мужского пола, но Мария **посмотрела на меня умоляюще*** (Е. Завершнева. «Высотка»; НКРЯ);

– *Замок заедает, – сказала моя жена и **укоризненно посмотрела на меня**, – когда-нибудь мы не сможем войти в дом!* (А. Володарский. «ЖЗЛ (Жизнеописание замечательных личностей)»; НКРЯ), – НВК *посмотреть умоляюще* и *посмотреть укоризненно*, на наш взгляд, одновременно выполняют и эмоционально-экспрессивную, и регулятивную функцию (причем вторая в обоих контекстах является доминирующей).

Значительно реже окулесические НВК выполняют дейктическую и выделительную функцию (последняя реализуется при употреблении НВК *посмотреть выразительно*, причем для него также характерно совмещение функций – как правило, выделительной и семантической).

Таким образом, функции невербалики представлены при использовании окулесических НВК неравномерно; чаще всего НВК данного типа реализуют эмоционально-экспрессивную функцию, причем данная тенденция не обнаруживает существенной зависимости от гендера коммуникантов.

ДЕЙКТИКИ *HIN* И *HER* КАК СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Для обозначения движения от/к говорящему в немецком языке широко используются локальные дейктики *hin* и *her*. В отличие от их русских коррелятов *туда/сюда hin* и *her* обладают высокой словообразовательной активностью, что подтверждают результаты проведенного исследования. Методом сплошной выборки из словаря «Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache» отобраны все языковые единицы, образованные с помощью этих дейктиков, всего 1849 языковые единицы (869 единиц с дейктиком *hin*, 980 единиц с дейктиком *her*). Данные локальные дейктики используется в качестве приставки для образования единиц самых разных частей речи – глаголов, существительных, наречий, прилагательных. В выборке зафиксированы также 2 предлога и 1 союз.

Наибольшее количество дериватов составляют глаголы (777 глаголов с дейктиком *hin* и 869 глаголов с дейктиком *her*). Семантический анализ отобранных единиц показывает, что в выборке встречаются глаголы различных семантических групп, например, глаголы физической деятельности (*hinblicken* ‘смотреть в определенную сторону’, *hersehen* ‘смотреть в сторону говорящего’), глаголы речевой деятельности (*hinreden* ‘бездумно говорить, болтать’, *hersagen* ‘говорить, рассказывать (всё подряд, от начала до конца)’), глаголы движения (*hindrängen* ‘стремиться подойти, проталкиваться, тесниться’, *herfahren* ‘привозить, подвозить’) и др. В докладе представлены результаты исследования модификации семантики глаголов движения со словообразовательными элементами *hin* и *her* в немецком языке.

Анализ переводов глагольных дериватов с *hin* и *her* в переводных словарях на русский язык показал, что в них семантические различия производящих и производных глаголов не фиксируются: *gehen* ‘идти’ – *hingehen* ‘идти’ [Новый большой немецко-русский словарь]; *kommen* ‘приходить’ – *herkommen* ‘приходить’ [Новый большой немецко-русский словарь]. Различия между производными и производящими глаголами объективированы в дефинициях в толковых словарях. В дефинициях всех отобранных глаголов, образованных с помощью *hin*, присутствует уточнение *an eine Stelle, an einen Ort* ‘в определенное место’, например, *hinfahren* ‘отвозить’ – а) **an einen bestimmten Ort fahren**; б) *jmdn., etw. an einen bestimmten Ort fahren*» ‘а) отвезти **в определенное место**; б) отвезти кого-то **в определенное место**’ [Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache]. В дефинициях, образованных с помощью *her*, присутствует уточнение *an den Ort des Sprechenden* ‘на место говорящего’, например, *herfliegen* ‘лететь’ – **in die Richtung, an den Ort des Sprechenden fliegen** ‘лететь по **направлению к говорящему, к месту говорящего**’. Отсюда следует предположение, что в немецком языке глагольные дериваты с приставками *hin* и *her* обозначают действие, направленное в известное адресату место, т.е. они, подобно артиклю,

выполняют функцию детерминации, которая оказывается нерелевантной для русского языка, что подтверждается сравнением аутентичных языковых выражений на немецком языке с их переводом на русский язык:

(1) *Wenn der graue Herr jetzt im Amphitheater auf sie wartete, dachte Momo, dann konnte sie unmöglich noch rechtzeitig **hinkommen**.* (Michael Ende. Момо (1973)) (1a) *Если Серый господин ждет ее в амфитеатре, подумала Момо, она уже не успеет вовремя **добраться**.* (Михаэль Энде. «Момо» (Ю. И. Коринец, 1982)).

Hin и *her* вместе с пространственными предлогами используются в качестве словообразовательных элементов для образования наречий, обозначающих направления в пространстве, например, *hinauf* ‘вверх’, дословно: ‘туда вверх’, *heraus* ‘наружу’, дословно: ‘сюда наружу’. В свою очередь, эти наречия, сочетаясь с базовыми глаголами движения, образуют производные глаголы, обозначающие направление движения. При их переводе на русский язык наличие в составе глагола дейктического элемента не отражается, например, *hinauffahren* ‘ехать вверх’, *herausgehen* ‘выходить’ и т.д. Семантика локального дейктика, с помощью которого образован производный глагол, объективируется в дефиниции в немецких толковых словарях, например, *hinauffahren* – **nach [dort] oben fahren**, дословно: ‘ехать **туда вверх**’, *herausfahren* – **von dort drinnen hierher nach draußen fahren**, дословно: ‘ехать **оттуда изнутри сюда наружу**’ и т.д. Отсюда следует, что, во-первых, исследуемые дейктики в составе глагола не являются десемантизированными элементами, во-вторых – при обозначении направления движения в немецком языке обязательным является указание на позицию говорящего/слушающего.

Однако в статье «Дейксис в отсутствие говорящего: о семантике немецких дейктических элементов» Д. О. Добровольский и Е. В. Падучева предполагают, что указание на направление движения не всегда связано с позицией говорящего/слушающего, а связано с другими пространственными ориентирами. При указании на направление движения важно учитывать, принимает ли говорящий точку зрения слушающего, кого считать в той или иной ситуации субъектом дейксиса, а также предполагает ли ситуация позицию Наблюдателя.

Факторы, влияющие на использование тех или иных пространственных ориентиров при употреблении дейктиков *hin* и *her* в немецком языке, станут задачей наших следующих исследований.

В. В. Кузьмина

ТАКТИКА ЗАПРЕТА КОММУНИКАТИВНОЙ ИНИЦИАТИВЫ В ОБЫДЕННО-РАЗГОВОРНОМ ДИАЛОГЕ

Мена коммуникативных ролей является важным средством организации диалогического взаимодействия, так как создает условия для и обеспечивает участников разговора соответствующими сигналами передачи права на очередную речевую вклад.

Мена ролей происходит естественно, когда партнеры по общению способны прогнозировать реакции друг друга. В нормально протекающем общении, когда прогнозы реакций подтверждаются, коммуниканты не замечают, как происходит мена коммуникативных ролей, осуществляя ее неосознанно, автоматически. Сознательные же усилия партнеров, направленные на изменение хода интеракции и перераспределение коммуникативной инициативы, обусловлены общим замыслом конечной цели общения, т.е. стратегически обусловлены.

Стратегия распределения коммуникативной инициативы реализуется с помощью определенных тактик. Принимая во внимание такие параметры, как: а) переход инициативы либо сохранение ее в одних и тех же руках, б) переход инициативы вопреки или не вопреки намерению партнера, в) усилия одного из собеседников, О. С. Иссерс выделяет коммуникативные ходы, которые использует говорящий (передача, навязывание, сохранение, удержание инициативы) и слушающий (взятие, перехват, поощрение инициативы, уклонение от инициативы) с целью контроля над коммуникативной инициативой. Данные коммуникативные ходы реализуют одноименные тактики.

Объектом анализа в данной работе является тактика запрета, которую, опираясь на предложенную выше классификацию, следует отнести к речевым действиям, осуществляемым слушающим.

Методом сплошной выборки из художественных произведений на русском языке было отобрано 54 диалогических единства (далее ДЕ) с применением тактики запрета как в межличностном общении, так и в общении в малых группах.

При очевидности коммуникативного намерения заблокировать коммуникативную инициативу партнера, реализация данной тактики характеризуется следующими свойствами.

1. Эмоционально-экспрессивная маркированность.

Маркерами эмоциональности тактики запрета служат: а) лексические единицы (инвективная, негативно-оценочная лексика), б) определенные синтаксические структуры (восклицательные предложения, косвенные вопросы), в) соответствующие ремарки автора (*кричит, бьет по столу, разгневанно, взрываясь, истерично*). Более половины (57 %) выделенных ДЕ являются эмоционально маркированными.

2. Степень кооперативности общения.

Как было отмечено выше, тактика запрета в целом некооперативна, однако степень некооперативности существенно варьируется в зависимости от параметров коммуникативной ситуации. Так, намерение заблокировать инициативу партнера по общению может быть выражено резко (*Заткнись!*), либо в более мягкой форме (*Перестань, не надо.*). В некоторых случаях (4 % ДЕ) тактика запрета сопровождается угрозой, что явно указывает на высокую степень некооперативности (*Заткнись. Еще слово про мать вякнешь – в лоб дам!*). Более того, степень некооперативности может варьироваться даже в рамках одного диалогического единства.

3. Наличие либо отсутствие мотивировочного компонента.

Говорящий может объяснять, почему он использует тактику запрета (в таком случае она будет мотивированной) либо не использовать такого объяснения. Мотивировка может быть как представлена отдельным высказыванием, так и встроена непосредственно в сам речевой акт. В результате анализа были выделены следующие мотивировочные компоненты: а) нежелание продолжать диалог в целом (*А давайте помолчим немного, а?*); б) нежелание продолжать конкретную тему (*Не надо об этом, не надо.*); в) указание на неуместность сказанного (*Это неприличный вопрос. / Не говори ерунды.*); г) желание успокоить собеседника / собеседников либо предотвратить / закончить конфликт (*Да успокойтесь вы уже, молодой человек! Еще слово, и вы будете не только психически, но и физически больным!*).

4. Успешность.

Успешной можно считать тактику, применение которой привело к желаемому результату – прекращению инициативы говорящего. В 66 % ДЕ однократного применения тактики запрета оказалось достаточно, чтобы достичь цели. Повторное применение тактики, с уменьшением степени кооперативности (от *Ну прекрати, пожалуйста* до *Заткнись!*) либо с большей настойчивостью (использование повторов – *Перестань, не надо. [...] Не надо.*) также приводило к желаемому результату. Лишь в 16 % проанализированных ДЕ тактика запрета оказывалась неуспешной.

5. Усложненность.

Тактика запрета может использоваться как изолированно, так и в сочетании с тактикой перебива / перехвата (*Иван: А, скажи еще?.. / Скрипач: (прерывая речь Ивана) Тшь... Ничего не говори, Вань, просто слушай.*) или с тактикой поощрения инициативы (*Бабушка, мама, не мешайте! Рассказывайте, Юрий Юрьевич!*).

Таким образом, анализируемая тактика способна получать различное речевое воплощение, реализуя, в зависимости от параметров контекста, широкое многообразие ситуативных прагматических смыслов.

Р. В. Лебедев

РАЗВЕРНУТЫЙ ВЕРБАЛЬНЫЙ ХЕЗИТАТИВ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИАЛОГЕ

Коммуникативные затруднения говорящего, вызванные невозможностью частично или полностью реализовать коммуникативный замысел в конкретной ситуации, возникают во всех типах диалогического взаимодействия. Их появление, как правило, сопровождается остановкой речепроизведения или паузой хезитации, которая может заполняться различными элементами: невербальными хезитативами (речеподобными звуками, растяжками гласных и под.), вербальными хезитативами (полифункциональными условно-речевыми единицами) и развернутыми вербальными хезитативами (эксплицитными метакоммуникативными конструкциями, содержащими глагол речи

или иное изофункциональное средство). Среди всего многообразия перечисленных заполнителей последние эксплицитно фиксируют проблему и позволяют судить о характере затруднения и потому представляются наиболее перспективными в качестве объекта исследования для раскрытия сущности феномена коммуникативного затруднения и особенностей его вербализации.

Характер и дискурсивная реализация развернутых вербальных хезитативов (далее – RBX) во многом зависят от особенностей типа диалогического взаимодействия, в ходе которого они возникают. В рамках данной работы рассматривается зависимость между конституирующими характеристиками публицистического диалога, с одной стороны, и возникновением коммуникативного затруднения говорящего и его эксплицитной вербализацией в виде RBX, с другой.

1. Публицистический диалог, представленный жанром интервью, имеет вопросно-ответную форму, где за собеседниками четко закреплены роли спрашивающего и отвечающего. Активная роль в беседе принадлежит интервьюируемому. При этом его речь является более спонтанной в отличие от речи интервьюера, который в основном озвучивает заготовленные вопросы; поэтому большинство затруднений встречается именно в субдискурсе интервьюируемого:

– *Вас обижают?* – *Нас обижают – не то слово. Да вы и сами знаете. – Я ничего не знаю. Расскажите мне. – Как выразиться-то. Если у человека с головой нормально-то, надо ему головку сломать-то.*

Тем не менее, в речи интервьюера также уместна импровизация, так как реакции собеседника не всегда предсказуемы, не все речевые ходы могут быть продуманы; кроме того причиной коммуникативного затруднения может стать необходимость задать сложный в морально-этическом плане вопрос:

– *У вас 25 детей, а сколько из них приемных?* – *Все дети мои! У меня все родные!* – *А, как бы это сказать, тут же дети разных национальностей...* – *Что вы такое говорите!*

2. Несмотря на относительно высокий уровень подготовленности (участниками интервью обычно заранее продумывается тематика, обсуждаются цели интервью и пр.), в данном жанре нельзя исключить определенную долю спонтанности, импровизированности, что, конечно, может обуславливать и появление RBX. Как правило, это связано с отчасти неожиданными вопросами личного, провокационного, конфиденциального, возможно даже болезненного для адресанта/аудитории характера:

– *Александр Геннадиевич, расскажите, пожалуйста, куда девались деньги на проведение детско-юношеских соревнований по футболу в Брянской области. – Вся эта история... Чуть-чуть преувеличили. Перепрыгнули. Как вам сказать правильнее... На данный момент у нас полное взаимопонимание. Они опровержение на сайте дадут;*

– *Личный вопрос: почему у вас один ребенок, вы не хотели больше?* – *Нет, я хотела больше. Один ребенок – это мои грехи. Как вам сказать, вот грех аборт...*

– Каждый поток радиации сокращает жизнь. Есть даже формула, по которой можно определить, насколько сократится жизнь в зависимости от полученной дозы. Вы знаете про такую формулу? – **Ну как вам сказать...** Деликатная тема, мне бы не очень хотелось ее обсуждать. – Прежде вы были более откровенны. А теперь, выходит, считаете, что надо, как в памятные времена, не говорить всей правды, скрывать степень опасности космических полетов?

3. Ориентация на читателя является следствием еще одной характерной черты публицистического диалога – двойной адресованности: адресатами реплик говорящего выступают как интервьюер, так и будущие читатели.

Осознание того, что потенциально адресатом речи является не только интервьюер, но и читательская аудитория, может заставлять говорящего испытывать дополнительную ответственность и более тщательно подбирать выражения, что повышает вероятность возникновения и вербализации КЗГ:

– Господин Сноуден оказался у нас случайно, мы его не приглашали и не заманивали. Он бы транзитом так и просвистел куда-нибудь в Латинскую Америку. Но ваши соотечественники... **Как бы это сказать, чтобы лишнего не ляпнуть.** В общем они с присущим им обычным блеском всех так напугал, что он застрял у нас.

4. Наконец, существенным отличием от естественного живого диалогического взаимодействия является дихотомия первичной устной формы бытования и последующей письменной фиксации. Если в устном естественном диалоге РВХ зачастую сопровождаются иными характерными показателями и способами фиксации коммуникативного затруднения говорящего, то в публицистическом диалоге коммуникативное затруднение говорящего редко имеет усложненную фиксацию и отражается при помощи единичных, неосложненных РВХ. При редактировании интервью авторы стараются избегать избыточности и явно разговорных элементов речи, которые, однако, бывают необходимы для сохранения живости речи:

– Футбол здесь немного другой, может быть более профессиональный, более... **как бы это сказать?** Организованный.

Таким образом, характер и способы вербализации коммуникативного затруднения говорящего очевидно связаны с характеристиками импа диалога, в котором они представлены.

Л. М. Лещёва, И. Е. Сорочкина

АНГЛИЦИЗМЫ В КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ РУССКОГО ЯЗЫКА И ИХ ИТАЛЬЯНСКИЕ КОРРЕЛЯТЫ

В силу целого ряда экстралингвистических причин (лидирующая позиция США по выпуску компьютерной техники, программного обеспечения, элементной базы и т.д.) английский язык в сфере современной компьютерной терминологии стал основным источником заимствований для всех других языков.

Тем не менее, коррелятивные компьютерные термины в разных языках могут достаточно сильно отличаться по характеру наименований, поскольку способы номинации коррелятивных единиц в разных языках, как известно, могут быть разными. Кроме того, учитывая разные структурные характеристики языков-реципиентов, можно предположить, что характер и степень ассимиляции англицизмов в языках разных типологических и генетических групп также будут отличаться.

В этой связи интересным представляется установление общих и отличительных черт в номинативных характеристиках коррелятивных компьютерных терминов в двух неблизкородственных языках – русском и итальянском, что и стало целью предпринятого исследования.

Материалом для него стали 500 компьютерных терминов-англицизмов в русском языке, отобранных из специализированных англо-русских словарей по компьютерной терминологии, а также более 500 их итальянских коррелятов, представленных в русско-итальянских словарях. (В некоторых случаях одному англицизму в русском языке соответствовали несколько синонимических названий в итальянском, например, русскому глагольному выражению *нажимать (и отпускать) (кнопку мыши)* в итальянском языке два глагола: англицизм *clicare* от англ. *(to) click* и исконный глагол *schacciare* ‘нажимать’). Таким образом, в общей сложности было проанализировано более 1000 терминов в двух языках.

Результаты сопоставительного анализа англицизмов в русскоязычной компьютерной терминосистеме и их итальянских коррелятов свидетельствуют как о многочисленных случаях совпадения способов номинации для коррелятивных терминов, так и их многочисленных расхождениях.

В случае совпадения способов заимствования в итальянском и русском языках, во всех 3 языках форма коррелятивных терминов будет похожа. Следует при этом отметить, что в обоих языках широко используются разные типы заимствований:

а) полные лексические заимствования на базе транслитерации и/или транскрибирования (ср.: рус. *хакер* и ит. *hacker* от англ. *hacker*; рус. *драйвер* и ит. *driver*; рус. *дисплей* и ит. *display*; рус. *сканер* и ит. *scanner*; рус. *модем* и ит. *modem*; рус. *монитор* и ит. *monitor*; см. также *провайдер*, *браузер*, *сервер* и др.). Данный вид коррелятивных англицизмов в особо высокой степени отражает интернациональный характер компьютерной терминологической системы;

б) семантические заимствования-кальки (рус. *экран* [франц. *écran*] и ит. *schermo* ‘экран, защита, ширма’ от англ. *screen* ‘ширма, экран’ [ст.-франц. *escrēn*]; рус. *иконка* и ит. *icona* ‘икона, образ, иконка’ от англ. *icon* ‘образ, изображение, иконка’);

в) словообразовательные заимствования-кальки (рус. *перезагрузка* и ит. *ricaricamento* от англ. *reloading*);

с) синтаксические заимствования-кальки (рус. *окно помощи* и ит. *finestra di aiuto* от англ. *help window*; рус. *путь доступа* и ит. *percorso di accesso* от англ. *access path*; рус. *поисковая машина* и ит. *motore di ricerca* от англ. *search engine* и др.);

в) англицизмы смешанного типа (рус. *файл прямого доступа* и ит. *file ad accesso diretto* от англ. *direct(-access) file*; рус. *интернет-ключ* и ит. *chiave Internet* от англ. *Internet key*).

Нельзя не заметить, что даже в случае совпадения или сходства способов заимствования английских терминов русским и итальянскими языками, степени ассимиляции терминов-англицизмов в этих двух языках могут не совпадать. В разных языках фонетическая, фоно-морфологическая, лексико-семантическая и грамматическая адаптация происходит по-разному в силу разных системных характеристик языков-рецепторов, что способствует формальным расхождениям англицизмов в двух сопоставляемых языках.

Так, формы англ. *smartphone* и формы его заимствований *смартфон* в русском языке и *smartphone* в итальянском весьма похожи, но не идентичны в силу различий фонетических систем языков.

В итальянском языке англицизмы достаточно часто сохраняют и грамматическую форму языка заимствования. В русском же языке англицизм обычно активно стремится к грамматической ассимиляции, чтобы не выглядеть инородным, хотя при этом он зачастую приобретает сленговый характер. Примером может служить полный и адаптированный англицизм *click* и *cliccare* в итальянском и коррелятивный адаптированный англицизм *кликнуть* – в русском.

Возможно, более ранние, многочисленные и системные заимствования английских слов в итальянский нежели в русский язык, большая генетическая близость лексических систем этих языков приглушают потребность новых терминов-англицизмов в итальянском языке в их выраженной ассимиляции. Кроме того, высокая степень ассимиляции английских терминов в русском языке (*кликнуть*) может быть обусловлена распространенностью профессионального жаргона в сфере русскоязычной компьютерной коммуникации, в котором суффиксация играет большую роль.

Как указывалось выше, типы англицизмов, используемых в русском и итальянском языках, могут и не совпадать.

Так, русской семантической кальке в термине *мышь* может соответствовать полный лексический англицизм в итальянском термине *mouse*; полный англицизм *интерфейс* в русском языке может коррелировать со словообразовательной калькой *interfaccia* в итальянском; полный англицизм *анкор-файл* в русском языке может коррелировать с англицизмом смешанного типа *file dell'ancoraggio* в итальянском и т.д.

Наиболее очевидные расхождения в сфере номинации в русской и итальянской компьютерной терминологии представлены случаями, когда итальянскому англицизму соответствует исконное наименование в русском, образованное морфологическим, семантическим или синтаксическим способом (ср., например, ит. *hardware* от англ. *hardware* и рус. *оборудование, аппаратура, аппаратное обеспечение, «железо»*). Или же наоборот, когда русскому англицизму соответствует исконное наименование в итальянском (рус. *онлайн* от англ. *online* и ит. *in linea*).

Выявить определенные закономерности использования англицизмов для коррелятивных наименований в разных языках на данном этапе исследования не удалось, так как выбор конкретного наименования и способа заимствования определяется не только системными, но и случайными факторами. Возможно, дальнейшие исследования ономаσιологических соответствий в области компьютерной терминологии в русском и итальянском языках помогут установить тенденции и закономерности, важные как для сопоставительной лексикологии, так и для практики преподавания этих языков.

Лю Пэн

ЧАСТОТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ОРИЕНТАЦИИ В ПРОСТРАНСТВЕ (на материале китайского, русского и английского языков)

Исследования способов репрезентации категории пространства в разных языках обнаруживают некоторые общие черты. Универсальным для языков оказывается членение пространства в соответствии с векторами «сверху – снизу» и «спереди – сзади». Во всех языках представлены средства для обозначения этих векторов, однако как показывают сопоставительные исследования, количество этих средств и их функциональные характеристики существенно отличаются. Например, если в русском языке вектор «верх» обозначается с помощью таких единиц, как *вверху*, *наверху*, *сверху*, *вверх*, *над* и др., то в китайском языке для этого служит только одна единица – 上 *shàng*. То же относится и к другим векторам: если в таких языках, как русский и английский существует множество единиц для их обозначения, то в китайском это каждый раз только одна единица (下 *xià* ‘низ’, 前 *qián* ‘спереди’ и 后 *hòu* ‘сзади’). В данной работе представлены результаты исследования частотных характеристик языковых единиц для обозначения векторов «сверху – снизу» и «спереди – сзади» в китайском языке в сравнении с их коррелятами в русском и английском языках.

Материалом исследования послужили Китайский национальный корпус (CNCORPUS) объемом 12842116 словоупотреблений, Национальный корпус русского языка объемом 283431966 словоупотреблений и Британский национальный корпус объемом 100 млн словоупотреблений. Несмотря на разный объем корпусов, привлеченных к исследованию, сопоставительный анализ вхождений языковых единиц для обозначения названных векторов позволяет сделать вывод о том, какой из векторов в каком из языков получают преимущественное обозначение и совпадают ли эти векторы для исследуемых языков.

Результаты исследования показывают, что количество вхождений в корпус единицы 上 *shàng* значительно превышает количество вхождений единиц 下 *xià*, 前 *qián* и 后 *hòu* (38084 vs. 14051, 5333 и 12144 вхождений соответственно, (табл. 1). Сходные данные получены и для английского языка, где

суммарное количество вхождений языковых единиц для обозначения вектора «верх» значительно превышает таковое для единиц, обозначающих три других вектора (табл. 2).

Т а б л и ц а 1

Количество вхождений языковых единиц
上 *shàng*, 下 *xià*, 前 *qián* и 后 *hòu* в Китайском национальном корпусе

Языковые единицы	上 <i>shàng</i>	下 <i>xià</i>	前 <i>qián</i>	后 <i>hòu</i>
Пример контекстов в китайском национальном корпусе (CNCORPUS)	38084	14051	5333	12144

Т а б л и ц а 2

Количество вхождений языковых единиц
для обозначения векторов «сверху – снизу» и «спереди – сзади»
в Британском национальном корпусе

on	717612	down	91172	before	84032	after	111902
up	204973	low	16453	former	16316	behind	22185
over	128515	below	13772	advance	4098	back	96028
above	24729	downward	587	ahead	8446	rear	2620
to	2565070	inferior	832	ago	19057	later	37936
upper	5247	lower	12096	forward	14521	last	73564
higher	15962	bottom	7246	preceding	1173	posterior	186
superior	2150	descend	418	previous	11866	afterwards	4376
top	25214	fall	10713	front	20608	backward	616
last	73564	alight	359			backside	272
upward	694	downside	83				
upon	22629						
upside	471						
rise	10263						
advance	4098						
ascend	126						
attend	3497						
mount	1671						
итого							
18	3806467	11	153731	9	180117	10	349685

В русском же языке преимущественное обозначение получает вектор «сзади», (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

Количество вхождений языковых единиц
для обозначения векторов «сверху – снизу» и «спереди – сзади»
в Национальном корпусе русского языка

вверх	22961	низ	1047	вперёд	3156	за	1123247
верх	4642	снизу	7726	спереди	2213	сзади	14512
сверху	15878	внизу	14445	впереди	24906	позади	9687
поверх	5230	вниз	27564	перед	184886	назад	77874
вверху	2919	нижний	3789	поперёд	80	задний	2309
наверху	6635	под	330819	передний	1646	тыльный	18
наверх	6810			фронтальный	29	назади	447
верхний	2810						
над	172739						
итого							
9	240624	6	385390	7	216916	7	1228094

Таким образом, исследование показало, что языковые средства для обозначения разных векторов характеризуются разной употребительностью: в китайском и английском языках преимущественно представлен вектор «верх», в то время как в русском языке – вектор «сзади». Вопрос о том, обусловлено ли такое положение дел спецификой вербализации пространственных отношений или особым местом вектора в лингвокультуре будет решаться в наших дальнейших исследованиях.

Е. В. Прокофьева, А. С. Гилевич

НАИМЕНОВАНИЯ ПРОФЕССИЙ В СОСТАВЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Исследование фразеологических единиц, объединенных общим компонентом, – сегодня одна из самых активно исследуемых областей фразеологии.

Многие метафорические идиомы возникли благодаря профессиональной деятельности человека. Специальные термины проникли в литературный язык и в большинстве случаев приобрели при этом более широкое значение. Моряки в плавании, охотники на охоте, крестьяне в поле, повара на кухне умели создавать колоритные сочетания слов, яркие метафоры, обусловленные условиями своей деятельности. Самые яркие идиомы – это плоды творчества малообразованных людей.

В центре проведенного исследования – группа фразеологизмов английского и немецкого языков, включающая в свой состав компоненты-наименования некоторых распространенных профессий: *baker, cobbler, cook, driver, fisher, hunter, nurse, tailor, shepherd*.

Для анализа были взяты 24 наиболее распространенных наименований лиц по профессии английского языка в составе 50 фразеологических единиц, а также 34 наиболее распространенных компонента-наименования лиц по профессии (в дальнейшем НЛП) немецкого языка в составе 98 фразеологических единиц.

Наиболее активны в образовании фразеологизмов следующие существительные в английском языке: *taylor* – 6, *cook* – 6, *baker* – 4; и следующие существительные немецкого языка: *der Meister* ‘мастер’ – 14 (14 %), *der Koch* ‘повар’ – 9 (9 %), *der Jäger* ‘охотник’ – 8 (8 %).

Все вышеуказанные фразеологизмы можно разделить на два больших класса по выполняемой в языке функции: обладающие коммуникативной функцией (функцией сообщения) и не обладающие ею (номинативные).

Номинативные фразеологизмы выполняют назывную функцию. В отличие от нефразеологических словосочетаний, номинативные фразеологизмы называют предметы опосредованно.

В зависимости от лексико-грамматического значения ключевого компонента мы можем разделить номинативные фразеологические единицы на следующие подряды:

Английские ФЕ:

- субстантивные: *Jerry Builder*, *busman's holiday*, *butcher's bill*, *baker's dozen*;
- адъективные: *hungry as a hunter*, *mad as a hatter*;
- глагольные: *to work like a navy*, *not to care a tinker's*, *to spell the baker*, *curse*.

Немецкие ФЕ:

- субстантивные: *die Hand eines Meisters*, *das Volk der Richter und Henker*;
- глагольные: *auf Schuster's Rappen hingehen*, *den Bock zum Gärtner machen*;

Субстантивные фразеологические единицы с компонентом – НЛП можно разделить на следующие семантические группы, обозначающие:

1. Человека:

а) характеристика человеческой натуры: *taylor's dummy* (англ.) ‘франт’, ‘пижон’; *der Schürzenjäger* (нем.) ‘ловелас’;

б) характеристика отношения человека к чему-либо: *not to care a tinker's curse* ‘быть безразличным к чему-либо, наплевать’. Среди исследуемых фразеологических единиц немецкого языка не удалось выявить те, которые относились бы к данной группе;

в) трудовая деятельность человека: *tillers of soil* (англ.) ‘работники сельскохозяйственного труда’, *die Hand eines Meisters* (нем.) ‘рука мастера’;

г) собирательное значение группы людей: *sheep that have no shepherd* ‘беспорядочная, беспомощная толпа’, *das Volk der Richter und Henker* (нем.) ‘народ судьбы и палача’;

д) поведение человека: *back-seat driver* ‘пассажир, отвлекающий водителя своими советами’.

2. Предметы одежды: *shoemaker's stocks* 'ботинки, которые жмут'.
3. Пища: *shepherd's pie* 'картофельная запеканка с мясом'.
4. Чувство голода: *hungry as a hunter* 'голоден, как волк'.
5. Разнообразные понятия: *baker's dozen* 'чертова дюжина'.

В немецком языке фразеологические единицы, относящиеся к группам «Характеристика отношения человека к чему-либо», «Поведение человека», «Предметы одежды», «Пища», «Чувство голода», «Разнообразные понятия» отсутствуют.

Анализ семантических групп номинативных ФЕ с компонентом – НЛП в сфере физического труда в английском языке показывает, что большинство из них связано с семантическим полем «Человек»: характеристика человеческой натуры, оценка трудовой деятельности человека. Примечательно, что номинативных ФЕ с отрицательной оценкой каких-либо человеческих черт больше, чем с положительной, например: *tailor's dummy* (англ.) 'франт, пижон'; *as mad as a hatter* (англ.) 'сумасшедший', *der Kopffäger* (нем.) 'охотник за головами'.

К коммуникативным фразеологическим единицам с компонентом – НЛП относятся поговорки, имеющие структуру вопросительного предложения: *Is your father a glazier?* 'Отойди, ты не прозрачный', *Der Müller mit der Metzen, der Weber mit der Krätzen, der Schneider mit der Scher, wo kommt ihr Diebe her?* 'Мельник с камнем, ткач с чесалкой, портной с ножницами, а с чем приходит воришка?'; имеющие структуру повелительного предложения: *pull the devil, pull the baker* 'ожесточенное соревнование (кто – кого)', *Iss einen Apfel am Tag und du hast dir den Arzt gespart* 'Яблоко в день избавит от врачей'; поговорка со структурой восклицательного предложения: *Schuster, bleib bei Deinem Leisten!* 'Всяк сверчок знай свой шесток'. Большинство пословиц имеют структуру простого утвердительного предложения.

С точки зрения семантики коммуникативные фразеологические единицы с компонентом – НЛП также связаны с понятием *человек*. Они могут обозначать:

1) характеристику некоторых человеческих качеств: *Every cook praises his own broth* (англ.) 'Каждый кулик свое болото хвалит'; *Schuster, bleib bei Deinem Leisten!* (нем.) 'Всяк сверчок знай свой шесток'; *Viele Köche verderben den Brei* (нем.) 'У семи нянек дитя без глазу';

2) оценку некоторых профессий, трудовой деятельности человека: *God sends us meat and the devil sends cooks* (англ.) 'Бог послал людям пищу, а дьявол поваров'; *Es ist kein Meister so gut, er findet einen über sich* (нем.) 'Не так хорош мастер, как он сам о себе думает'.

Отрицательная оценка дается таким человеческим качествам как, например, хвастовство: *Every cook praises his own broth*. Отражается идея о бесполезности коллективных усилий: *Too many cooks spoil the broth*.

В английском языке высоко ценится профессии портного, так как говорится, что человека делает портной, работа поваров, наоборот, критикуется, считается, что они были посланы дьяволом.

В немецком языке работа простого крестьянина превозносится, а работа врачей и судей критикуется, так как считается, что им нужны только деньги: *Wer vor dem Richter weint, verliert seine Zähren* (нем.) 'Кто плачет перед судьей – напрасно тратит слезы'. *Gott lässt genesen, der Arzt kassiert die Spesen* (нем.) 'Бог лечит – врач считает прибыль'.

Среди лексико-стилистических средств в исследуемых фразеологических единицах наиболее распространен повтор: *Pull devil, pull baker* (англ.); *Wer einen Gesellen bei sich hat, der hat auch einen Meister bei sich* (нем.).

К наиболее характерным фонетическим средствам образования фразеологических единиц для английского и немецкого языков можно отнести рифму: *The butcher, the baker, the candlestick maker*; *Wenn Unfrieden ist in aller Welt, gilt der Soldat das meiste Geld*.

В состав фразеологических единиц могут входить от одного до трех наименований лиц по профессии в сфере физического труда: *Der Müller mit der Metzen, der Weber mit der Krätzen, der Schneider mit der Scher, wo kommt ihr Diebe her?* (нем.) 'мельник', 'ткач', 'портной'. Исследуемые фразеологические единицы обозначают разнообразные понятия, среди которых доминирует группа «человек», что обусловлено семантикой компонента – НЛП.

А. В. Сытько

СЕМАНТИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ МОДАЛЬНЫХ ЗНАЧЕНИЙ

Традиционно к категории *языковой модальности* относят различного рода выражения отношения говорящего к содержанию высказывания, которые могут быть сгруппированы вокруг определенных семантических центров, дифференцирующие основные виды модальности: алетическую, эпистемическую, деонтическую. Сложность описания языковой модальности связана не только с наличием разных по своей внутренней сущности видов модальности, но и с тем, что между видом модальности и способом его формального представления в языке не всегда имеется однозначное соответствие, поскольку существует целый ряд лексем, которые могут реализовывать все указанные модальные значения. В этой связи возникает вопрос, чем же следует руководствоваться в разграничении модальных высказываний, оформляющих эпистемические, алетические и деонтические отношения.

В данной работе речь пойдет о способе дифференциации *деонтической модальности*, которая в лингвистике интерпретируется как выражение отношения к действиям, своим или окружающих, по непременно созданию или изменению того или иного положения дел в мире. Она относится к сфере потенциальности ввиду отсутствия указанного положения дел в действительности.

Как любая модальность, деонтика в языке выражается модальным высказыванием (далее – деонтическим), которое в соответствии с некоторыми условиями указывает, является ли положение дел (пропозиция) *обязательным, запрещенным или разрешенным*, что составляет свойство оцениваемого действия или частные значения деонтики – разрешительности, обязательности и запрещенности. Они реализуются соответствующими деонтическими операторами или прототипическими лексемами, которые выступают самостоятельными центрами высказывания. Эквивалентами деонтических операторов в русском языке являются синонимичные единицы, такие как *обязан, должен, не должен, необходимо, надо, нужно, следует, надлежит, подобает, может/позволено, не годится, нельзя, запрещено, возбраняется* и некоторые др. В немецком языке прототипическими единицами выступают *obligatorisch, verboten, erlaubt*, их синонимичными эквивалентами являются модальные глаголы *müssen, sollen, können, dürfen (nicht)*, предикативные наречия *nötig, notwendig, erforderlich, unerlässlich*, причастия *verpflichtet, zugelassen* и некоторые др.

В русском языке эксплицитные индикаторы деонтической модальности, такие как *обязательно, должен, может/можно, нельзя* могут реализовывать и другую модальную семантику: эпистемическую, алетическую: *он обязательно придет* [я уверен] (эпистемика); [чтобы наладить отношения] *обязательно поеду еще раз* (деонтика); *состояние с большей энергией обязательно является неустойчивым* (алетика). В немецком языке такими полифункциональными единицами выступают модальные глаголы *müssen, sollen, können*, которые являются грамматикализированными средствами передачи эпистемических значений: *Das kann sein* ‘может быть’. В первоначальном, исходном, значении они используются для реализации алетической и деонтической модальности: *du musst das machen* ‘ты должен это сделать/делать’ (деонтика) или: *der Vogel kann fliegen* ‘птица может летать’ (алетика).

Так, в русском языке возможность дифференциации деонтики существует на уровне поверхностной структуры. Так, выступая автономными синтаксическими элементами и оформляя модус: *нельзя, чтобы он вмещивался*, лексемы *обязательно, можно, нельзя* передают деонтическое отношение. Однако они могут входить в состав составного глагольного сказуемого, в котором само действие выражено инфинитивной формой глагола: *что-то должно случиться и это **нельзя** предотвратить*. В таком случае предлагается ориентироваться на семантику основного глагола (деятельностная/недеятельностная), однако даже в высказываниях, где основной глагол выражен бытийным предикатом, может скрываться деонтика: *Никаких территориальных схем без прямого участия граждан **быть не должно***. В русском языке в качестве морфологического средства дифференциации деонтики может выступать аспектuality: несовершенный вид используется для значения запрещенности, ср.: *здесь нельзя переходить улицу и здесь нельзя перейти улицу*, или: *его нельзя перебивать и его нельзя перебить* (Е. В. Падучева). Отмечается, что результат действия, указанного в содержательной структуре деонтического высказывания, важен, но говорящий,

произнося деонтическое высказывание, не может уверенно ожидать действия, поэтому во избежание неприятных импликатур, употребляется несовершенный вид (Г. М. Зельдович). Однако вид основного глагола является ненадежным способом дифференциации деонтики, ср.: *он должен выполнить* и *он должен выполнять*, в обоих случаях возможен контекст деонтического высказывания.

Представляется, что критериями для дифференциации деонтики выступают семантические компоненты модального плана высказывания: *модальная сила*, представляющая собой необходимость или возможность, которые передают противоположный характер действия: разрешительность vs. запрещенность или обязательность; *модальные источники*, представляющие собой факторы и условия, которые формируют модальное отношение; *модальные агенты*, представляющие собой субъектов деонтики, которые потенциально в состоянии реализовать действие, указанное в пропозиции.

Необходимость и возможность как модальная сила являются семантическими компонентами любого модального значения.

Модальные источники тоже составляют основу любого модального высказывания. Так, для алетики источник является имманентным свойством реального мира или объекта, явления, процесса как части этого мира, представляя основу для посылки к некоторому определенному утверждению о явлении и объекте: *здесь можно упасть/hier kann man rutschen* [потому что здесь всегда лед, почва глинистая], или: *львы могут быть опасными* [потому что они хищники]. Имманентное свойство реального мира имеет место при всех условиях и возникающих обстоятельствах: *кислород необходим для поддержания жизни*, или: *сумма внутренних углов треугольника обязательно равна 180°*. Модальным источником эпистемики выступает знание, мнение о ситуации: *он должен быть уже там/er muss schon da sein* [мы знаем: его работа начинается всегда в одно время].

В свою очередь, в деонтике источник, или фактор для формирования деонтического отношения, представляет собой причину, ограничивающую набор возможных миров: *сейчас можно писать, что хочешь* [потому что закон и обстоятельства разрешают], которая обязательно затрагивает определенных модальных агентов: всех и каждого или лиц, действующих в определенных обстоятельствах. Так, спектр модальных источников представляет собой внешние и внутренние принуждения, которые можно объединить в две большие группы: факторы *универсального* порядка (различные универсальные институциональные правила) и факторы *частного* порядка (ситуативные правила, обстоятельства, цель, субъективные установки говорящего, внутренние обязательства говорящего перед собой и другими), ср.: *Sie muss die Tiere täglich mit Wasser und Nahrung versorgen, denn 1) es ist ihr Job* или *2) sonst sterben sie*. 'Она должна ежедневно кормить и поить животных, потому что 1) это ее работа 2) в противном случае они умрут'. Деонтические источники становятся основой взаимодействия субъектов. В модальных высказываниях с алетикой и эпистемикой потенциальные исполнители действия как семантический компонент отсутствуют.

Модальные агенты, таким образом, выступают потенциальными получателями информации о том, что должно, запрещено или разрешено осуществить:

он должен быть там/er muss da sein модальная сила: необходимость → обязательность ← например, наша договоренность [модальный источник] обязывает [модального агента] к некоторому действию

она может идти/sie darf gehen модальная сила: возможность → разрешительность ← я-говорящий/институциональные правила [модальный источник] разрешают [модальному агенту] некоторое действие.

Указанные семантические компоненты не всегда находят выражение в поверхностной структуре высказывания, ср. примеры, где это фактор эксплицирован и нет: *Теперь я уже должен жениться, как честный человек* (И. Ильф, Е. Петров. «Двенадцать стульев») и: *священник должен быть не женат*.

Таким образом, компоненты семантической структуры модального высказывания (сила, источник, агент) во взаимодействии обладают потенциалом для дифференциации деонтического значения, реализованного при помощи полисемичных модальных лексем. Раскрываясь через компоненты, деонтическое высказывание соответствует модели: *согласно источнику существует обязательная или запретительная необходимость/разрешительная возможность, чтобы пропозиция воплотилась агентом в реальность*.

О. В. Толкачева

О КОРРЕЛЯЦИИ МЕЖДУ ЧАСТОТНОСТЬЮ УПОТРЕБЛЕНИЯ И ДИСТРИБУТИВНЫМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ ДИРЕКЦИОНАЛЬНЫХ ПРЕДЛОГОВ

Описывая пространственную ситуацию, предлоги обозначают отношения между объектами в пространстве. Предлоги могут обозначать только стативные отношения (*внутри/innerhalb*); как стативные, так и дирекциональные отношения (*в/in*); только дирекциональные отношения (*из/aus*). Наше исследование посвящено дирекциональным предлогам как наименее изученной семантической группе пространственных предлогов. Анализу подлежат несоставные дирекциональные предлоги в русском и немецком языках, отобранные из академических трудов. Это 16 предлогов для русского языка (*до, из(изо), к(ко), от(ото), по, с(со), через(чрез, чрезо), из-за, из-под, мимо, вглубь, вслед, внутрь, вдоль, сквозь, навстречу*) и 9 предлогов для немецкого языка (*ab, aus, von, längs, durch, entlang, nach, zu, bis*).

В нашей работе представлены результаты анализа корреляции между частотностью употребления и дистрибутивными показателями дирекциональных предлогов. Анализируя связь частотности и дистрибутивных характеристик исследуемых предлогов, мы опираемся на материал сопоставимых

корпусов текстов русского и немецкого языков. Согласно данным, представленным в работе Л. А. Тарасевич, наиболее употребительными дирекциональными предлогами в русском языке являются предлоги *из*, *по*, *с(со)*, *к(ко)*, в немецком языке – *aus* ‘из’, *nach* ‘в [направление]’, *von* ‘от, с’, *zu* ‘к, до’, *durch* ‘через, сквозь’. Для анализа дистрибутивных показателей исследуемых предлогов, мы применили классификацию наименований объектов, которая включает 10 дистрибутивных классов: «Человек», «Части тела», «Геополитические объекты», «Здания и сооружения», «Части зданий», «Транспортные средства», «Ограниченно подвижные артефакты», «Геофизические объекты», «Пути», «Вещепризнаки».

В работах, посвященных пространственным предлогам, указывается, что частотность употребления предлога зависит от релевантности передаваемых им отношений в пространственном опыте человека и денотативного потенциала данного предлога (количества возможных отношений в семантике предлога). Дистрибутивные показатели предлога зависят от того, каким образом он категоризует локализуемый объект. Чем меньше у предлога требований к пространственным характеристикам данного объекта, тем шире круг наименований объектов, с которыми он употребляется. Логично предположить, что частотные предлоги *из*, *по*, *с(со)*, *к(ко)*, *aus*, *nach*, *von*, *zu*, *durch* употребляются с именами всех 10 дистрибутивных классов. Однако анализ способов употребления этих единиц противоречит данному утверждению. Так, высокочастотный предлог *nach*, который указывает на направление без учета каких-либо характеристик (особенностей) локализуемого объекта, употребляется преимущественно с наименованиями объектов дистрибутивного класса «Геополитические объекты» (в основном в конструкциях с названиями стран и городов). Дистрибуция данного предлога сводится всего к 3 классам наименований объектов: «Геополитические объекты», «Здания и сооружения», «Человек». При этом, сочетаемость данного предлога с релятумами класса «Человек» очень незначительна. Предлог *nach* также широко используется в конструкциях с наречиями (*oben*, *unten*, *links* и др.). Предлог *enlang* сочетается с объектами, имеющими вытянутую форму, что накладывает определенные ограничения на количество релятумов, способных употребляться с данными предлогом. Однако данный предлог употребляется с именами 9 из 10 дистрибутивных классов. Причины указанных выше противоречий предстоит выяснить в ходе детального анализа семантики исследуемых предлогов, что станет предметом наших дальнейших исследований.

Ю. А. Толкачева

ИСТОЧНИКИ ВЕРБАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ

Развитие сети Интернет привело к глобальному обмену информацией и появлению новых феноменов интернет общения. Одним из них стал

интернет-мем – чаще всего ироничная единица информации, внезапно приобретающая популярность, распространяясь в Интернете разнообразными способами. Особый интерес для лингвистики представляют вербальные интернет-мемы – популярные слова, словосочетания или выражения, приобретающие новое значение в процессе использования в интернет-коммуникации. Важнейшей характеристикой подобных мемов является обладание культурной коннотацией. Они содержат в себе информацию об историческом событии, культурном феномене, тексте и др., которая послужила их источником. В таком случае, успешность мема зависит от возможности пользователя идентифицировать источник, определить ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект. Для описания особенностей формирования мема и роли источника в данном процессе, было проанализировано 250 русско- и англоязычных вербальных интернет-мемов, что позволило выделить следующие группы:

1) Первый и наиболее распространенный источник, как в английской, так и в русской интернет среде, – **фразы рядовых пользователей сети**. Среди 134 русскоязычных мемов 41 % относятся к данной категории, а среди 116 англоязычных – 51,7 %.

Например, известный мем LOL зародился на просторах онлайн-сервиса Genie, когда некий пользователь многократно употребил в чате *I'm laughing out loud*, что переводится как 'смеюсь вслух', а позже сократил его до общеизвестного LOL.

Отметим, что места зарождения таких мемов – социальные сети, блоги, форумы. В частности, Живой Журнал, популярный ранее dwach.com, Вконтакте, Pickabu, Reddit, Twitter. Данные площадки типичны для возникновения и распространения именно вербальных интернет-мемов, так как там ведется непосредственное общение пользователей друг с другом. Мемом становится комментарий, пост или просто сообщение, которое является нелепым в данной ситуации (*Мопед не мой*), грамматически неверным (*Аффтар жжот*), отражает актуальные события (*Дуров, верни стену!*) или комичную ситуацию (*Всеки ему*). Так или иначе, не любое сообщение пользователя может стать интернет-мемом.

2) Примерно одинаковое количество мемов в русском и английском языках представлено текстовыми мемами, которые изначально **являлись креолизированными** – 19,5 % и 19,8 %. Обретя популярность, они могут разделяться на две составляющие: самостоятельную фразу и картинку. В результате деления вербальный компонент креолизованного мема не нуждается в сопровождающем его изображении – смысл будет понятен. Данный процесс декреолизации характерен для мемов, вербальный компонент которых имеет весомую смысловую нагрузку, а визуальная часть, напротив, лишь дополняет текст.

Русскоязычный мем *Вжух*, значение которого – ускорение любого жизненного процесса, первоначально был использован в качестве составной части картинки кота в колпаке и с волшебной палочкой в лапе. Но на пике

популярности данного мема пользователи стали употреблять лишь вербальную составляющую, дополняя ее всевозможными контекстами: *Три задолженности, и вжух – ты отчислен.*

3) Еще одним источником популярных интернет-мемов являются **СМИ**: 13 % от общего количества в английском языке, 9 % – в русском. Для данной группы интернет-мемов характерно преобладание фраз известных политиков и других общественных деятелей (*Хватит это терпеть!*) или реакция средств массовой информации на события в мире (*Русские сделали это*).

Например, некогда популярный мем *Держитесь там*. Это сокращенная версия фразы, произнесенной в 2016 году премьер-министром России Дмитрием Медведевым во время визита в Крым. Так, когда одна из местных жительниц пожаловалась, что пенсии не индексируются, а восьми тысяч рублей для жизни недостаточно, Медведев ответил: «Просто денег нет сейчас. Найдем деньги – сделаем индексацию. Вы держитесь здесь, вам всего доброго, хорошего настроения и здоровья». После многократного освещения в СМИ фраза стала использоваться в качестве прецедентного текста, служащего для оценки сложных ситуаций в России, из которых власть затрудняется найти выход. Примерами могут служить такие производные конструкции, как *Денег нет, но вы учитесь* или *Лечения нет, но вы держитесь*.

4) Интернет-мемы, цитируемые из различных **телепередач и кино**, процентное соотношение которых среди англоязычных и русскоязычных мемов – 8,6 и 6,7 % соответственно.

Популярный мем *Это норма* употребляется в качестве ироничного оправдания самых странных ситуаций. Его источником является программа «Здорово жить!», где ее ведущая, Елена Малышева, многократно использует фразу в разнообразных контекстах. Программа не воспринималась серьезно пользователями Интернета в силу использования комических приемов иллюстрации заболеваний. В результате, распространились подобные шутки: *Писать годовой отчет в 3 часа ночи. Это норма.*

5) Вербальные интернет-мемы, источником которых являются **компьютерные игры**, составляют 5 % от проанализированных. Большинство мемов данной группы получило распространение вследствие нелепого нелегального перевода игры (*Потрачено*), либо представляют собой фразы, которые используются игроками в процессе общения (*Аташол; Го, я создал*).

Например, мем *Потрачено*. Его источник – нелегальный перевод игры GTA San Andreas. В оригинале, когда персонаж умирал, на экране появлялось слово WASTED, что в переводе с американского сленга означает ‘вас победили’. Но поскольку пиратская версия игры была переведена автоматически, русскоязычные пользователи получили слово ПОТРАЧЕНО. Благодаря нелепости данной фразы, ее стали использовать для обозначения неудачи, прекращения какого-либо действия. *Учусь на инновационных технологиях, но вчера не смогла справиться с новым видом оплаты. Потрачено.*

Данная типология фокусируется на схожести источников англо- и русскоязычных мемов. Однако стоит отметить и некоторые культурные особен-

ности. К одной из них можно отнести достаточное количество заимствований из английского языка среди русскоязычных мемов (11,9 %). Это лишь доказывает то, что общение в Сети не имеет определенных языковых или же культурных границ, – оно глобально, а многие интернет-мемы – интернациональны (*Рукалицо – Facepalm; Шма – Wat*).

Также особым источником русскоязычных интернет-мемов, в отличие от англоязычных, являются анекдоты: среди проанализированных мемов 6 относятся к данной категории. Мы считаем, что это связано с тем, что до появления сети Интернет анекдоты были важной частью русского фольклора. С возникновением глобальной Сети многие составляющие этого фольклора были перенесены в новую среду и получили в ней распространение. Например, анекдот, который звучит как: *– Всем лежать! Деньги в мешок! Быстро! – Хороший тамада и конкурсы интересные, – подумали гости...*, в свое время стал достаточно актуальным в связи с появлением в Интернете большого количества рецензий молодоженов на необычные конкурсы от тамады. Благодаря юмористической составляющей, актуальности, а также возможности преобразования контекста, анекдот превратился в мем *Хороший тамада и конкурсы интересные* с сотнями вариаций. Мем служит для описания нелепых, абсурдных ситуаций, выраженных в первой части данной конструкции.

Остальные источники представлены лишь единичными примерами: видеоролики, музыка, литература. Их общее количество составило 3 %.

Подводя итог анализа источников вербальных интернет-мемов, отметим, что, несмотря на их разнообразие, преобладают фразы пользователей сети, что еще раз подчеркивает коммуникативный потенциал интернет-мема. Вербальные мемы создаются в процессе общения и хранят в себе культурную информацию. Это позволяет пользователям мема не только вести диалог друг с другом, но и со всей предшествующей и современной культурой. Таким образом, изучение данной характеристики дает возможность описать особенности современной коммуникации, а также культуры в целом.

А. И. Цупа

СТРУКТУРНЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ ЧЕТЫРЕХКОМПОНЕНТНЫХ ДИАЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНСТВ В РУССКОМ РАЗГОВОРНОМ ДИСКУРСЕ

В настоящее время достаточно высок интерес к проблеме исследования диалогических единств (далее – ДЕ), а также к определению их структурных типов. Наиболее изученными являются двучленные диалогические единства, в то время как сложные ДЕ (далее – СДЕ), включающие в свой состав три, четыре, пять и более реплик, примыкающих к единому смысловому центру и взаимообусловленных семантически, структурно и коммуникативно, остаются малоизученными. *Целью* данного исследования является опреде-

ление структурных типов четырехкомпонентных СДЕ в русском разговорном диалоге. Четырехкомпонентные СДЕ являются одной из наиболее употребительных структур в отобранном материале: на их долю приходится 35 % всех выявленных сложных СДЕ (ДЕ отобраны из издания «Русская разговорная речь. Тексты»; всего отобрано 200 СДЕ).

Для анализа материала нами была выбрана классификация многокомпонентных диалогических единств, основанная на взаимосвязи реплик в диалогическом единстве, предложенная О. Н. Чаловой: 1) бинарные; 2) прерывающиеся; 3) цепочечные; 4) смешанные; 5) усложненные.

Рассмотрим бинарную структуру диалогического единства, которая предполагает употребление смежных пар иллокутивно согласующихся реплик. Как правило, эти пары строятся по модели «вопрос – ответ». Соответственно между парами реплик, построенных по данной модели, могут возникать различные отношения. Так, первая пара реплик может быть основным компонентом СДЕ, а вторая – играть второстепенную роль: А. *Вы не скажете, который сейчас час?* / Б. *Щас двадцать минут двенадцатого* / А. *Точно?* / Б. *Да, я утром проверял.*

Позиции основного и вспомогательного компонентов могут меняться, т.е. в начале СДЕ может находиться вспомогательная пара реплик, а на втором – основная: А. *У Вас часы есть?* / Б. *Да.* / А. *Не скажете, сколько времени?* / Б. *Три часа ровно.*

Кроме того, возможны случаи, когда однозначно выделить основную и вспомогательную пару реплик сложно, в таком случае можно сказать, что они равнозначны между собой: А. *Круглый свежий?* / Б. *Нет.* / А. *А булки?* / Б. *Булки только получены.*

СДЕ с бинарной структурой составляют около 53 % в отобранном корпусе четырехкомпонентных ДЕ.

Следующим типом является СДЕ с прерывающейся структурой, в которой одна пара иллокутивно согласующихся реплик «вклинивается» в другую. Употребительность прерывающейся структуры составляет 32 %. Как правило, схема такой структуры выглядит следующим образом: «основной вопрос – встречный вопрос – ответ на встречный вопрос – ответ на основной вопрос»: А. *Ты запер?* / Б. *Что запер?* / А. *Ящик.* / Б. *Запер.*

Значительно реже такая модель может начинаться иницилирующей репликой-репрезентативом или директивом: А. *Давайте о бабушке расскажу// наша бабушка/Афанасия Кирилловна ...* / Б. *Афанасия?* / А. *Да, Да.* / Б. *(С УДИВЛЕНИЕМ) Ведь это же надо какое имя.*

Цепочечная структура характеризуется наличием промежуточной реплики, которая способна совмещать в себе функции речевого стимула и речевой реакции. Употребительность цепочечной структуры составляет 15 % от общего количества четырехкомпонентных ДЕ. В рамках данной разновидности СДЕ можно выделить два подтипа, различающихся по такому критерию, как активная роль в развитии диалогического взаимодей-

ствия, которая может принадлежать говорящему (т.е. коммуниканту А) или слушающему (коммуниканту Б). В первом случае реализуется схема: «вопрос – уточнение – ответ. вопрос – ответ»: А. *(А. входит в кухню; мужу) Ты чё такой? / Б. Какой? / А. Мрачный. На меня обиделся? / Б. Да нет, с чего бы это? Просто не проснулся ещё.*

Во втором случае представлена следующая модель СДЕ: «вопрос – ответ + вопрос – ответ + стимул – реакция (комментарий)»: А. *Сергей Иванович, щас вы (будете делать доклад)? / Б. Не знаю/ как скажут. А Таня будет (делать доклад)? / А. Вот я надеюсь. Я пришла на неё и на вас. / Б. Спасибо.*

Таким образом, проанализированные структуры четырехкомпонентных СДЕ в русском разговорном диалоге различаются по своей употребительности (наиболее употребительной является бинарная структура). Каждый структурный тип, в свою очередь, характеризуется внутренней вариативностью и имеет ряд подтипов, которые выделяются по степени содержательной значимости и по роли коммуникантов в развитии диалога.

Чжан Аньци

РУССКИЙ И КИТАЙСКИЙ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГ: ИСТОЧНИКИ МАТЕРИАЛА

Сетевой язык – это язык, который производится и используется в Интернете. Можно его разделить на три категории: 1) интернет-термины (браузер, локальная сеть). 2) профессионализмы, связанные с Интернетом (хакер), и 3) сетевой сленг (или интернет-сленг), используемый при общении через компьютерные сети, – то, что мы исследуем.

Сетевой сленг появился в конце XX века. По мере развития технологии Интернета сетевой сленг как зарождающееся языковое явление продолжает активно развиваться, став неотъемлемой частью общения и в интернете, и в жизни. К настоящему времени уже начал изучаться и китайский, и русский интернет-сленг (Н. В. Афанасова, М. А. Кронгауз, Е. А. Антонюк, А. Р. Бородин, А. В. Богатова, Т. В. Аникина, Юй Гэньюань, Тао Цзяюй, Чэнь Сюйгуан и т.д.). В этих работах заложены основы изучения сетевого сленга. Исследователи выявляют условия для возникновения Интернет-сленга: объективные (развитие информационных технологий) и субъективные (стремление пользователей Интернета к лаконичному выражению, комическому эффекту и самореализации). Интернет-сленг рассматривается как субкультура; говорится, что он приобретает игровой характер и часто нарушает существующие нормы литературного языка (например, правила орфографии). Отмечают, что интернет-сленгизмы обычно образуются путем аббревиации, заимствования, образования новых слов от основ слов литературного языка по словообразовательным моделям, формального преобразования слов литературного языка и путем семантической деривации и т.д. Исследователи пишут, что

большинство сленгизмов происходят из таких сфер, как анимация, комикс и компьютерная игра. Кроме этого, интернет-мемы тоже могут являться активным способом образования интернет-сленгизмов.

Однако указанные работы носят во многом скорее ознакомительный характер и не ставят себе целью детального рассмотрения данных языковых явлений. Эти работы затрагивают также лишь некоторые стороны интернет-сленга, посвящены частным проблемам. Таким образом, назрела необходимость проведения комплексного исследования интернет-сленга в русском и китайских языках, выявления важнейших закономерностей его строения и функционирования, чему и будет посвящена наша диссертация.

Поскольку любое исследование должно базироваться на определенном материале, встает методологическая проблема подбора источников материала для изучения интернет-сленга. Здесь можно сказать следующее.

К источникам материала на китайском языке принадлежат, прежде всего, «Словарь китайского сетевого языка» (2001 г., 1305 словарных статей, ред. Юй Гэньюань) и «Словарь языка Интернета Синьхуа» (2012 г., 2946 словарных статей, ред. Ван Лэй). В первом словаре есть все три указанные категории. Например, к интернет-терминам отнесены слова 鼠标 shǔbiāo ‘компьютерная мышь’, 键盘 jiànpán ‘клавиатура’, 软件 guǎnjiàn ‘программные компоненты’, 硬件 yìngjiàn ‘компоненты компьютера’. Профессионализмом может считать выражения 黑客 hēikè ‘хакер’, 网吧 wǎngbā ‘интернет-кафе’, 网民 wǎngmín ‘интернет-пользователь’, сленгизмы – это, например, 菜鸟 càiniǎo ‘новичок в Интернете’, 斑竹 bānzhú ‘модератор’. Во втором словаре имеются только профессионализмы 离线 líxiàn ‘офлайн’, 流量 liúliàng ‘трафик’ и сетевые сленгизмы 河蟹 héxiè ‘гармония’, 雷人 léirén ‘шокирующий’. В первом бумажном словаре зафиксированы только слова, а в втором – и слова, и выражения. Оба словаря включают в себя также единицы с цифровым (886 ‘пока, пока’, 94 ‘так оно и есть’) и буквенным (GF ‘девушка’, I服了U ‘ты покори́л меня’) компонентами, и в их приложениях перечислены символические знаки (смайлики). В каждой статье есть транскрипция, указана часть речи, дается толкование и пример. Например, «萌 méng, 形容词 xíngróngcí (прил.), 形容人、物、事十分可爱 (описывать кого-либо симпатичного или что-либо милое), 例句: 这个女生好~哦 (пример: эта девушка такая симпатичная)».

Два бумажных словаря были изданы довольно давно, поэтому некоторые слова из них уже стерли свое значение, потеряли экспрессивность, а некоторые стали общеупотребительными. Например, 给力 gěilì (досл. ‘дать усилие’) со значением ‘клёвый, прикольный, крутой’.

Поэтому к двум словарям китайского интернет-сленга мы добавляем третий источник – «Интернет-словарь сетевого сленга Сяоцзи». Он вступил

в эксплуатацию в 2017 г. В нем собраны как слова, так и выражения, словарь обновляется в режиме реального времени, будучи свободно редактируемым словарем. Например, в начале 2019 г. появился, скорее всего, первый сленгизм – 盤他 *pántā*, который 7 января этого года включен в словарь Сяоци. Это слово 盤他 *pántā* изначально используется в сфере антиквариата и обозначает ‘многократно тереть безделушку руками, чтобы сделать ее поверхность более гладкой и блестящей’. В интернет-сленге же оно обозначает ‘разрешать что-то неудобное’.

В качестве источников исследования русского интернет-сленга мы берем «Словарь языка Интернета.ру» под ред. М. А. Кронгауза, который издан в 2016 году. Словарь включает в себя три основных раздела: «слова и выражения», «термины» и «субкультуры». Больше внимание уделено первой части – «слова и выражения» (например, *какбэ*, *баян*, *адинадин* и т.д.). В словаре еще отобраны такие термины (например, *вай-фай*, *веб*, *демотиватор* и т.д.), которые связаны так или иначе с коммуникацией, и еще слова субкультуры (например, *айтишники*, *геймеры*, *фидошники* и т.д.), языковая активность которых оказалась важной для сетевого русского языка в целом (как об этом пишет сам автор).

Кроме того, к словарю Кронгауза мы добавляем источник – т.н. онлайн-словари сленга и разговорной лексики. В частности, это словари «Teenslang» и «Словоново». Из них мы отобрали сленгизмы геймеров, молодежные сленгизмы из социальной сети и форумов, а также некоторые другие типы сетевых сленгизмов, чтобы материал для исследования был всесторонним и богатым.

Чэнь Тин

СОЧЕТАЕМОСТЬ АНГЛИЙСКОГО СУЩЕСТВИТЕЛЬНОГО *STONE* ‘КАМЕНЬ’

Проблеме системности языка задолго до появления в свет известной работы Ф. де Соссюра, ставшей началом новой эры в лингвистике, уделял российский лингвист польского происхождения Н. В. Крушевский (1851–1887), один из основателей Казанской лингвистической школы. Он не только предвосхитил известные положения Ф. де Соссюра о системности языка, но и указал на предназначение основных видов связей между единицами в системе: *творчество* в языке для парадигматических связей и обеспечение *устойчивости и преемственности системы* – для синтагматических.

Парадигматические связи, в основе которых лежит семантическое сходство единиц языка, в частности, лексических, стали одним из центральных объектов исследования в структурной лексикологии с конца 20-х годов прошлого столетия. Их изучение демонстрирует с одной стороны, *дискретность* лексико-семантической системы, т.е., членимость на более мелкие

составляющие ее подсистемы лексико-семантических полей, лексико-семантических групп, синонимических рядов, антонимических пар и др., а с другой стороны, ее *целостность*, т.е., наличие глобальной связи и взаимодействия между всеми лексическими единицами языка.

Синтагматические же связи лексических единиц, обусловленные линейным характером речи, допускающим лишь последовательное их использование, несмотря на достаточно долгую историю их исследования (начиная с дескриптивной лингвистики), остаются недостаточно описанными в лингвистической литературе. Одной из причин тому является междисциплинарный характер словосочетаний: способность слов образовывать грамматические синтагмы рассматривается в синтаксисе; выраженная ограниченность слов к свободной сочетаемости – во фразеологии; наименее изученная частичная ограниченность в сочетаемости, обусловленная лексической и грамматической валентностью слова, – в лексикологии.

Предметом исследования стала свободная сочетаемость частотного английского слова *stone* ‘камень’, а его целью – установление грамматических моделей свободной сочетаемости лексической единицы, а также наиболее типичных лексических наполнителей этих моделей для последующего сопоставительного анализа с коррелятивной единицей в китайском языке.

Как показал проведенный лексикографический анализ словарей «Collins COBUILD English Language Dictionary» и «Oxford Collocation Dictionary for Students of English», для английского многозначного существительного *stone* ‘камень’ характерны следующие 8 грамматических моделей употребления, из них 7 двухсловных и 1 трехсловная модель:

1) 1 предикативная модель ***stone* + v**, в которой существительное *stone* ‘камень’ употребляется в препозиции в качестве подлежащего: *stone glitters* ‘камень блестит’, *stone shines* ‘камень сияет’;

2) 5 двухсловных непредикативных моделей, в которых существительное *stone* ‘камень’ употребляется в постпозиции:

- **v + *stone***: *cut stone* ‘резать камень’, *break stones* ‘разбить камни’;
- **adj. (Part. I) + *stone***: *heavy stone* ‘тяжелый камень’, *smooth stone* ‘гладкий камень’, *carved stone* ‘резной камень’;
- **prep. + *stone***: *in stone* ‘в камне’;
- **n + *stone***: *pumice stone* ‘пемза’, *gall stone* ‘желчный камень’;
- **num/a + *stone***: *She weighed twelve stone*. ‘Она весила двенадцать стонов’ (данный модель свойственна только производному значению анализируемого существительного);

3) 1 атрибутивная модель, в которой существительное *stone* ‘камень’ употребляется в препозиции в качестве определения:

- ***stone* + n**: *stone fruit* ‘косточковый плод’, *stone wall* ‘каменная стена’;

4) 1 трехсловная грамматическая модель, включающая квантификативную конструкцию существительного с предлогом *of* и существительное *stone* ‘камень’ в постпозиции:

• **n (quant.) + of + stone:** *block of stone* ‘каменный блок’, *slab of stone* ‘каменная плита’.

Анализ данных о частотности употребления анализируемого существительного *stone* ‘камень’, представленных в корпусе современного американского английского языка «*Corpus of Contemporary American English*», или COCA (450 млн слов)), а также в Британском национальном корпусе «*British National Corpus*», BNC (100 млн слов), содержащих образцы письменного и разговорного английского языка из широкого круга источников, позволил установить 70 наиболее частотных свободных словосочетаний с существительным *stone* ‘камень’, которые указывают на его наиболее крепкие лексические и грамматические связи в каждом из основных вариантов английского языка.

Анализ наиболее частотных употреблений существительного *stone* ‘камень’ в американском корпусе текстов COCA свидетельствует о том, что данное существительное в нескольких своих значениях используется преимущественно в атрибутивной функции в модели **stone + n**. Сочетаемые с ключевым словом *stone* существительные обозначают артефакты, сделанные из камня, если *stone* используется в прямом значении (*stone statues; stone wall*), либо плоды растений, если *stone* используется в значении ‘семена косточковых растений’ (*stone fruit(s)*), либо живые организмы (моллюски, рыбы, птицы, насекомые и даже млекопитающие) (*stone crab*) или части их тела, если *stone* используется в значении ‘как будто из камня’ или ‘бесчувственный’ (*stone crab; stone heart*). Их процент составляет 62,14 % от общего количества исследуемых словосочетаний.

На втором месте (24,28 %) среди наиболее частотных сочетаний в данном корпусе находятся сочетания со словом *stone* в постпозиции в похожей модели **adj + stone**, где прилагательное указывает на частотные признаки камня, которые, однако, не отмечаются в словарных дефинициях: его низкую температуру: *cold stone*; большие временные характеристики существования: *old stone, ancient stone*; большие размеры: *massive stone, huge stone, giant stone*; большой вес: *heavy stone*; особенности формы: *flat stone; narrow stone*; плотность структуры: *solid stone, thick stone*; цвет: *gray stone, pink stone*; высокую ценность: *precious stone*; положение в основании конструкции: *low stone (wall)*.

На третьем месте 8,57 % (6) среди 70 наиболее частотных словосочетаний с существительным *stone* опять-таки находятся причастия **V-ing** и **V-ed** в атрибутивной функции, указывающий на цель выполненных из камня артефактов (*stepping stone, baking stone*) или на состояние камня, с которым производились определенные действия (*crushed stone, polished stone*).

На четвертом месте 5 % (3,5) – двухсоставные единицы с грамматической моделью **n + stone**, которые, однако, являются, скорее, сложными словами, нежели свободными словосочетаниями, хотя границу между ними провести сложно: *pizza stone*, *foundation stone*, *pumice stone*.

Другие модели сочетаемости, согласно корпусным данным, не вошли в число наиболее частотных.

Общие принципы сочетаемости со словом *stone* ‘камень’ в британском варианте английского языка, согласно корпуса BNC, весьма похожи. Вместе с тем, во-первых, количество моделей здесь оказывается шире за счет собственного только британскому английскому производного значения этого слова «мера веса», а во-вторых, ранжирование моделей по частотности, а также наиболее типичное их наполнение оказалось также несколько отличным.

Таким образом, синтагматические связи существительного *stone*, отражающие свойственные английскому языку его положение слов в линейном ряду с другими словами с учетом их семантической согласованности и частеречных характеристик, описываются 8 грамматическими моделями, из которых только 4 оказались частотными.

Проведенный синтагматический анализ позволил также выявить наиболее значимые концептуальные связи категории, выраженной английским существительным *stone*: в англоязычной культуре камень крошат, полируют, разбивают, используют в строительстве и скульптуре, при помоле муки и выпечке продуктов, а также в качестве исходного материала при изготовлении различных предметов; на камне делают резьбу, на него ступают при ходьбе или восхождении; камень особо отмечается, если он имеет особую структуру, имеет выраженный серый/белый/розовый и др. цвет, если он холодный, древний, большой, тяжелый, шершавый или отполированный, подвижный в конструкции, драгоценный, а также, если он блестит и сияет.

Сопоставительный анализ корпусов американских и британских текстов дал также возможность установить специфику синтагматических связей существительного *stone* в разных вариантах английского языка, обусловленную различиями их лексических систем, а также таким важным внелингвистическим фактором, как специфика культуры.

Юй Вэй

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В КИТАЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

В условиях экономической глобализации экономика Китая быстро развивается: экономические контакты между Китаем со странами, расположенными по линии «один пояс один путь», особенно с Россией и Беларусью, становятся более регулярными и глубокими, особенно в контексте экономи-

ческого сотрудничества. Развитие международных экономических связей оказывает всестороннее влияние и на развитие национальных языков, в первую очередь, на развитие и пополнение системы экономических терминов. Поэтому актуальной лингвистической задачей следует считать сопоставительное изучение состава и путей развития китайской и русской экономической терминологии с учетом современных китайско-российских и китайско-белорусских экономических взаимосвязей.

Материалом для доклада послужили 300 экономических терминов, выбранных из Русско-китайского экономического словаря (2014) и проанализированных в сопоставительном плане по следующим направлениям: а) соотношение собственных и заимствованных терминов; б) особенности их словообразовательной структуры.

1. В результате анализа экономических терминов в русском языке с точки зрения происхождения установлено следующее. Из 300 рассмотренных терминов 149 единиц являются исконными русскими словами и 151 экономический термин – это заимствования из других языков, из которых 122 термина заимствованы из английского языка, а остальные – из немецкого.

Среди соответствующих 300 китайских экономических терминов есть 175 китайских экономических терминов и 25 экономических терминов, заимствованных из других языков.

Таким образом, почти 50 % экономических терминов, используемых в современном русском языке, являются исконными (собственными), а остальные 50 % экономических терминов являются заимствованиями из других языков, прежде всего английского. Наоборот, в китайском языке более 90 % экономических терминов относятся к исконной (собственной) лексике. Следовательно, развитие экономической терминологии в китайском языке ориентировано в основном на собственные языковые ресурсы, тогда как русский язык активно усваивает иноязычную (английскую) экономическую терминологию.

2. Китайская и русская экономическая терминология также имеет существенные различия с точки зрения словообразования. Так, среди 300 русских экономических терминов мы выделили 17 структурных групп, которые включают простые (непроизводные) слова, производные (аффиксальные) слова, сложные слова и термины словосочетания. При этом 17 простых слов порождают 32 производных слова, 25 сложных слов и 4 словосочетания. В китайском языке выделяется 21 структурная группа экономических терминов, объединяющая простые (непроизводные) слова, составные слова и словосочетания: 54 составных слова и 2 словосочетания получены из 21 простого слова.

Сравнивая китайскую и русскую экономическую терминологию, мы обнаруживаем, что некоторые русские экономические термины-простые слова порождают новые производные слова с более сложной словообразовательной структурой и с новым значением, например: *аванс* → *аван-*

сирование, акцепт → акцептация. Есть некоторые русские экономические термины, которые образуют несколько производных слов с различной структурой, но с минимальными смысловыми различиями. Например:

Т а б л и ц а 1

акцепт 承兑 (cheng dui), 承付 (cheng fu), 签付 (qian fu), 签认 (qian ren), 在期票上 (zai qi piao shang), 承兑签注 (cheng dui qian zhu), 受领 (shou ling), 承诺 (cheng nuo), 接受报价 (jie shou bao jia)	акцептация 承兑 (cheng dui), 承付 (cheng fu), 签付 (qian fu), 签认 (qian ren), 承诺 (cheng nuo) (立约 li yue), 接受 (jie shou), 条件 (tiaojian), 接受报价 (jie shou bao jia)
	акцептование 承兑 (cheng dui), 承付 (cheng fu), 签付 (qian fu), 签认 (qian ren), 承诺 (cheng nuo), (立约 li yue), 接受 (jie shou) 条件 (tiaojian), 接受报价 (jie shou bao jia)

Когда российские экономические термины генерируют новые термины, к ним обычно добавляются суффиксы и окончания. При этом новые термины расширяют (изменяют) значение исходного термина. В иероглифическом китайском языке при образовании нового экономического термина к исходному термину добавляется новый аффикс (символ). Новый экономический термин также расширяет семантику первоначального простого слова. Например:

Т а б л и ц а 2

банк (银行 yin hang)	банк+ир (银行 yin hang + 家 jia)	банкир (银行家 yin hang jia)
арбитраж (套购 tao gou)	арбитраж+ист (套购 taogou + 者 zhe)	арбитражист (套购者 tao gou zhe)

При создании сложного составного экономического термина в русском языке обычно используется символ соединения (дефис), с помощью которого два исходных слова объединяются в один новый термин. В китайском языке отсутствует строгая последовательность расположения составных компонентов в сгенерированном новом термине. Например:

Т а б л и ц а 3

банк (银行 yin hang)	банк-акцептант (承兑银行 cheng dui yin hang)
	банк-гигант (大银行 da yin hang, 银行巨头 yin hang ju tou)

Некоторые из экономических терминов на русском языке являются словосочетаниями, большинство из которых служат названиями учреждений. Обычно они состоят из основного слова и нескольких определений. При этом порядок следования составных компонентов термина-словосочетания является свободным: главное слово может находиться в начале, в середине или в конце словосочетания. В китайских эквивалентах русских неоднословных терминов главное слово, как правило, находится в конце словосочетания. Например:

Т а б л и ц а 4

Русский язык	Китайский язык
АМР (Агентство международного развития)	国际开发署 (guo ji kai fa shu)
АБР (Азиатский банк развития)	亚洲开发银行 (ya zhou kai fa yin hang)
Американская экономическая ассоциация	美国经济联合会 (mei guo jing ji lian he hui)

Таким образом, система современной русской и китайской экономической терминологии имеет существенные различия как в точки зрения путей формирования, так и в плане структурной организации.

ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

А. А. Баркович, Е. С. Астапкина

ДИСКУРСИВНАЯ СПЕЦИФИКА МОДЕЛИРОВАНИЯ РЕЧИ: ПОТЕНЦИАЛ СИНТЕТИЧЕСКОГО ПОДХОДА

Проблематика речевого функционирования в современных условиях, как правило, предполагает задействование при ее актуализации *интердисциплинарной* парадигматики. Это в методологическом аспекте обуславливает обращение к дискурсивному анализу. С точки зрения современной науки *дискурс* – это не просто текст, а «... речевая деятельность, развернутая во времени и пространстве, обусловленная широким экстра-лингвистическим контекстом и коммуникационной спецификой». Немаловажным преимуществом дискурс-анализа является его ориентация на комплексное культуроцентрическое изучение языка, что подкреплено возможностями *экстра-лингвистической* интерпретации речевой продукции. Дискурс является концептуально насыщенным и широкоформатным научным измерением, которое наилучшим образом позволяет охватить реалии современных языков, обеспечивая продуктивность лингвистической репрезентации сложных социокультурных процессов и феноменов. Дискурсивный анализ, позволяя провести результативное структурирование текстов, зачастую по субъективным причинам оказывается самоцелью, и не предполагает использование всего арсенала возможностей дискурсивной методологии. Разумеется, это затрудняет последовательное развитие научной рефлексии и *систематизацию* полученных языковых данных. В то же время, дискурс – не только *аналитически* актуальный инструментарий, но и эффективный *синтетический инструментарий* с хорошим потенциалом использования возможностей обобщения и *моделирования* эмпирических данных, превращения их в полноценные знания.

Данный *потенциал* весьма ощутим в аспекте современной лингвистики, особенно при выполнении информационно-ориентированных исследований. В этой связи показателен интерес к прикладным аспектам лингвистики, например, в русле *информационной лингвистики*. Ценность подобного концептуально целостного подхода к изучению языковой практики особенно заметна применительно к сложным научным задачам, требующим широкого охвата коммуникационной проблематики, например, в аспектах *медиа-дискурса, компьютерно-опосредованного дискурса, интернет-дискурса* и т.д. В подобных обстоятельствах научная целесообразность осложняется динамическим характером языковой практики: как чрезвычайной подвижностью и вариативностью речи, с одной стороны, так и необходимостью ее изучения в процессуальном аспекте – что обусловлено потребностями синтетической научно-производственной сферы, с другой стороны.

Интердисциплинарность дискурсивно-обусловленной рефлексии подразумевает, в свою очередь, разнообразие релевантного исследовательского

инструментария: стратегий и тактик, подходов и методик. Разумеется, при изучении речи дискурсивный охват проблемной области предоставляет исследователям достаточно возможностей для формирования собственной парадигмы. Так, в известную «таксономию» *SPEAKING* Д. Хаймса были включены: обстоятельства действия (*setting/scene*); участники (*participants*); цели (*ends*); последовательность событий (*act sequence*); тема (*key*); средства (*instrumentalities*); правила (*norms*) и жанры (*genres*). Однако закрепление *компьютерно-опосредованного формата* коммуникации позволило существенно расширить базу параметров и критериев, усложнив метаструктуру кореферентных моделей. В данном контексте в «фасетной классификации» С. Херринг перечень категорий был уже весьма существенно расширен и снабжен дополнительным иерархическим уровнем: основными *группами* характеристик компьютерно-опосредованного дискурса были признаны «факторы среды» и «факторы ситуации». Подобным образом, в рамках «медийно-коммуникационной инфраструктуры» также были идентифицированы две *группы* характеристик: объективные («технологические») и субъективные («контекстуально-социальные»). Данные модели, в частности, и им подобные объединены их направленностью на многоаспектное обобщение речевой практики, что оказалось особенно актуальным в контексте *компьютерного* опосредования речевой практики. В частности, и в «фасетной классификации», и в «медийно-коммуникационной инфраструктуре» компьютерно-опосредованной специфике уделено должное внимание, что выразилось в создании множества новых категорий.

При этом сегодня задачи репрезентации речевой практики предполагают приоритетное создание универсальных моделей, максимально учитывающих возможности формализации коммуникации: наряду с *контекстными, семантическими, ситуационными, эпизодическими* и др. «частными» моделями востребованными оказались и синтетические «гипер-» модели дискурса. Выяснение обобщенных характеристик дискурса, в частности интернет-дискурса, позволило целенаправленно корректировать исследовательскую стратегию и учитывать объективные критерии проблемной области (пусть они обусловлены и не только структурной, скажем, спецификой того или иного языка). Категориальная инновационность и глубокое структурирование параметров речевой практики – ключевые атрибуты современного синтетического описания языка.

Релевантными в этой связи оказываются как «структурно-коммуникационное» измерение дискурса, являющееся преимущественно *интралингвистическим*, так и «ситуационно-коммуникационное» – являющееся преимущественно *экстралингвистическим*. Именно данные векторы являются определяющими для метаязыковой характеристики дискурса. Характеристика экстралингвистической составляющей не является самоцелью, позволяющей решить все принципиальные вопросы моделирования речевой практики – аспекты научной рефлексии дискурса, в первую очередь, объединены его целостной лингвистической идентичностью. В тоже время, задействование экстралингвистической аргументации является весьма жела-

тельным при выявлении, в частности, макроязыковой и межъязыковой функциональности того или иного дискурса. Провести четкую границу между интра- и экстралингвистическими аспектами речевой практики, на самом деле, сложно – она подвижна и размыта, что обусловлено динамикой и многообразием языкового функционирования. Однако в индуктивном плане целесообразна предварительная дифференциация интра- и экстралингвистических составляющих дискурса.

Как только научно-технический прогресс позволил включить в коммуникацию первые компьютеры, интерес к обобщенной специфике речевой практики резко возрос, именно речь стала движущей силой «генеративной» лингвистики. Подобным образом развитие коммуникационных сетей сделало неизбежным изучение речевой практики как деятельности, обеспечивая востребованность «дискурсивной» лингвистики. Можно констатировать, что именно компьютерно-опосредованный дискурс в целом, и интернет-дискурс, в частности перевели дискурс с уровня предложений и текстов до уровня речевой деятельности как таковой. Сегодня на фоне гигантских масштабов Интернета стало очевидно, что коммуникация успешна только в той мере, в какой она подкреплена *интерпретацией, репрезентацией и моделированием* совокупности речевой практики. И сегодня не менее «информационных технологий» оказались востребованными *знания* – обобщенные верифицированные характеристики значимости.

Итак, дискурсивная идеология современной лингвистики в весьма существенной степени подразумевает репрезентацию речи с помощью моделей. Соответствующие технические возможности обусловили существенный прогресс в моделировании речи как материального воплощения языкового континуума. В таком контексте существенную лингвистическую ценность имеет непротиворечивое и обобщенное описание макроструктур речи в рамках целостной дискурсивной методологии моделирования с привлечением синтетического инструментария.

А. А. Баркович, А. Тукин

МОДЕЛИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ЛИЧНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В настоящее время коммуникация в сети Интернет имеет сложный и многогранный характер. В связи с этим возрастает необходимость интра- и экстралингвистического моделирования речевой практики. Особенно репрезентативной в этом плане является методология компьютерно-опосредованного дискурса. С точки зрения соотношенности коммуниканта с реальным человеком существуют основания для значимой дифференциации феноменологических черт участника речевой практики, обусловленной компьютерными технологиями.

Субъективная сторона компьютерно-опосредованной коммуникации представлена в нашем случае *коммуникационной личностью* и ее контек-

стуально обусловленными реализациями (*персоналия, персонаж, фигурант*). Феноменологическая модель коммуникационной личности включает в себя субмодели *презентации* и субмодели *реализации*.

Модель **презентации** состоит из следующих элементов: имена (*никнеймы*), визуальные образы (*аватары*) и языковые образы. Так, например, для социальных сетей, предназначенных в первую очередь для делового общения (*LinkedIn*), имена и визуальные образы являются реальной проекцией человека. В социальных сетях для отзывов и обзоров особенно репрезентативным является феномен *анонимности*, поскольку использование реальных образов, по мнению пользователей, является нецелесообразным. Речевые образы зачастую представлены в виде клише (например, *мемов*), жаргонизмов, эрративов и т.д.

Модель **реализации** включает: статус (реальный и мнимый), поведенческие клише (обдуманное заранее и спонтанное) и круг общения. Данные характеристики обусловлены конкретными типами социальных сетей и их функциональной направленностью.

Особенности речевой деятельности коммуникационных личностей можно также выразить в качестве **модели антропоцентрических параметров** компьютерно-опосредованного дискурса: абстрактность/конкретность, интракоммуникационность/экстракоммуникационность, действие/бездействие, социальность/индивидуальность, и др. Такая пара параметров как действие/бездействие является актуальным показателем синхронной коммуникации компьютерно-опосредованного дискурса. Например, индивидуальность характерна для социальных сетей, предназначенных для публикации фото-, виде-, аудиоконтента. Социальность является ключевым параметром для сетей, для которых характерны коллективные обсуждения.

Таким образом, феноменологическая идентичность коммуникационной личности создает значительную персонифицированную нагрузку для дискурса, в результате чего языковая среда становится одновременно сложной и менее предсказуемой.

Т. В. Бусел

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМ КЛАССА «TRANSLATION MEMORY» В ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Вступление общества в современную информационную эпоху определило возможность внедрения инновационных технологий во все сферы человеческой деятельности и сделало актуальным их использование для повышения эффективности труда переводчика. Особое значение данная задача приобрела в связи со значительным увеличением информационных потоков, развитием международных контактов, возникновением новых отраслей науки и техники, что кардинально изменило условия работы переводчика: постоянно возрастают объемы переводов, сокращаются сроки выполнения заказов и вместе с тем предъявляются более высокие требования

к качеству выполняемой работы. Переводчик должен не только владеть родным и иностранными языками, теорией перевода, быть специалистом в конкретной предметной области, но и уметь использовать информационные технологии и электронные ресурсы в качестве инструментов своей профессиональной деятельности.

Современный процесс перевода нельзя представить без использования электронных словарей (ABBYY, Lingvo, Multitex), национальных и тематических корпусов текстов, конкордансов, а также специального программного обеспечения, помогающего оптимизировать процесс перевода, таких как программы управления памятью переводов.

Технология Translation Memory (TM) и созданный на ее базе инструментарий переводчика – Translation Memory Tools (TMT) хорошо известны и широко применяются для автоматизации процесса перевода. В отличие от электронных словарей и других инструментов переводчика, типичная программа класса TM, как правило, основана на нейронных сетях, которые способны в определенной степени моделировать работу человеческого мозга при обработке данных. Эти сети способны обучаться и анализировать сложные данные, что позволяет находить слова не только в их словарных формах, но и в других формах, например, в другом падеже.

Основной идеей концепции TM является исключение необходимости снова переводить предложение (или его фрагмент), которое когда-то ранее уже было переведено пользователем и занесено в базу данных (в «память переводчика»). База данных TM состоит из пар сопоставленных друг с другом сегментов (TU – Translation Units) на языке источнике и на языке перевода. Обычно в качестве сегмента выделяется предложение, однако, по желанию пользователя в качестве единицы перевода в базу данных можно вводить и фрагменты предложений, и отдельные абзацы.

Каждый раз, когда переводчик приступает к переводу нового сегмента текста, этот сегмент сопоставляется с единицами перевода, содержащимися в базе данных. Если память перевода содержит такой же или похожий сегмент, программа, проанализировав базу данных, находит его и автоматически подставляет в текст перевода вместо оригинального фрагмента. Если предложенный программой вариант является неточным совпадением, то переводчик может изменить его, то есть отредактировать, и добавить его в память перевода, за счет чего информационная емкость памяти перевода постоянно увеличивается.

Наиболее эффективно использование этой технологии при переводе текста, содержащего большое количество повторяющихся частей: например технической документации (патентов, инструкций по использованию различных устройств и приборов). При переводе художественного текста система становится практически бесполезной. Тем не менее технология TM часто используется для перевода документации даже без повторов или с малым количеством повторов, так как она позволяет наиболее эффективно контролировать единообразие используемых терминов.

Интересные результаты были получены в ходе исследования, посвященного применению ТМ-программ переводчиками в их профессиональной деятельности, проведенного в Имперском колледже Лондона. Были опрошены 800 профессиональных переводчиков из 54 стран. Как показал опрос, более 82 % переводчиков используют программы автоматизированного перевода. При этом было отмечено, что наибольшей популярностью среди переводчиков пользуются программы: Trados (51 %), Wordfast (29 %), SDL Trados 2006 (24 %), DejaVu (23 %), SDLX (19 %) и STAR Transit (14 %).

Данные программы отличаются друг от друга, и порой существенно. В тоже время всем им присущ ряд общих функциональных возможностей:

- Функция сопоставления и редактирования

Одно из преимуществ систем ТМ – это возможность использования уже переведенных материалов по данной тематике. База данных ТМ может быть получена путем посегментного сопоставления файлов оригинала и перевода, благодаря чему создается набор билингв. По мере накопления в базе данных билингв их количество может увеличиваться настолько, что содержимое базы может выйти за все пределы. Могут обнаружиться какие-то неточности и даже ошибки, особенно если программа используется в сети многими пользователями. Возникает необходимость что-то отредактировать или уточнить, а то и просто удалить.

- Механизм поиска нечетких или полных совпадений

Именно этот механизм и представляет собой основное достоинство систем ТМ. Если при переводе текста система встречает сегмент, идентичный или близкий к переведенному ранее, то уже переведенный сегмент предлагается переводчику как вариант перевода текущего сегмента, который может быть подкорректирован. Степень нечеткого совпадения задается пользователем.

- Конкорданс

Это очень полезная функция всех рассматриваемых программ. Нередко бывает, что какой-то термин (или сочетание терминов) может иметь несколько значений или оттенков значений. Выделив термин, можно просмотреть все билингвы, имеющиеся в базе данных, причем в самых разных контекстах. Это всегда облегчает выбор наиболее точного варианта перевода данного термина или сочетания.

Как свидетельствуют данные, приведенные в работе, использование программ автоматизированного перевода позволяет значительно ускорить процесс перевода и повысить его качество, оперативно проверить и отобрать из нескольких вариантов наилучший. Однако определить какой из них лучше, может лишь опытный переводчик-профессионал, способный критически оценить правильность выбора и, если это необходимо, найти подтверждение правильности в имеющихся электронных ресурсах, например, в электронном корпусе текстов. Электронные корпуса дают возможность реализовать творческий подход в поиске переводческих решений и являются надежным источником информации.

В заключении следует отметить, что информационные технологии и электронные ресурсы позволяют ускорить и облегчить процесс перевода, помочь переводчику в разрешении многочисленных сомнений, возникающих в процессе работы, и минимизировать усилия и время, затрачиваемые на перевод. Однако при всей своей эффективности и перспективности они не способны полностью заменить переводчика и сами по себе не гарантируют качественного перевода. Качественный перевод возможен лишь при разумном сочетании новых информационных технологий с наработанными переводческими приемами и навыками, хорошим знанием иностранного языка и теории перевода, данных сопоставительной лингвистики в конкретной языковой комбинации и большим практическим опытом. Поэтому, в конечном счете, все зависит от личности переводчика, его профессионального опыта, навыков и находчивости. Информационные технологии и электронные ресурсы являются полезным, а иногда и необходимым дополнением к его творчеству.

В. А. Василевская, Е. В. Марковская

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Использование новых информационных технологий способствует повышению эффективности преподавания иностранного языка. Интерактивное обучение на основе мультимедийных продуктов делает процесс обучения более интересным и творческим, а также позволяет учитывать уровни языковой подготовки обучающихся.

Компьютерная презентация – мультимедийный продукт, получивший наиболее широкое применение в образовательном процессе. Применение мультимедийных презентаций в образовательном процессе позволяет интенсифицировать процесс обучения за счет исключения времени для написания материала на доске и использования большого количества иллюстративного материала. Также оно повышает мотивацию обучающихся и вовлекает их в самостоятельный процесс обучения.

Компьютерная программа PowerPoint уже зарекомендовала себя в качестве доступного и эффективного средства подготовки и демонстрации презентаций.

Мультимедийные презентации, созданные с помощью программы PowerPoint, обладают рядом свойств, отличающих их от традиционных средств наглядности: интерактивность, мультимедийность, комплексность представления информации, дискретность, программная совместимость:

К преимуществам использования мультимедийных презентаций относятся:

- сочетание различных видов наглядности;
- возможность использования в групповой, индивидуальной и самостоятельной работе;

- возможность использовать отдельные слайды в качестве раздаточного материала;

- активизация внимания всех обучающихся и повышение эффективности восприятия и запоминания нового материала;

- возможность использования на любом этапе занятия;

- экономия учебного времени.

При создании мультимедийной презентации необходимо принимать во внимание ряд требований:

- нейтральная цветовая гамма фона слайда;

- простой дизайн слайдов;

- умеренное использование анимации и звуковых эффектов;

- не более пяти элементов на один слайд;

- размер шрифта;

- для заголовков – не менее 24 пт.;

- для информации – не менее 18 пт.;

- соблюдение единого стиля оформления;

- на одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов.

Выделяют следующие виды презентаций:

- *статические*: обучающийся не может изменить содержимое слайдов и последовательность просмотра слайдов;

- *интерактивные*: обучающийся может изменить содержимое слайдов и последовательность перехода между слайдами.

В образовательном процессе мультимедийная презентация может быть использована различными способами:

- *централизованно* (на большом экране – обучающиеся следят за ее ходом со своих мест);

- *индивидуально* (каждый обучающийся видит презентацию на экране компьютера, преподаватель делает пояснения);

- *самостоятельно* (повторение пройденного, для самостоятельной работы вне занятия или в качестве электронного раздаточного материала).

Любой преподаватель при желании и необходимости может использовать готовые мультимедийные пособия или создать свои электронные презентации именно по необходимой ему на занятии теме.

Мультимедийные презентации можно использовать на:

- *лекции* (используется текстовая, графическая, звуковая и видеoinформация);

- *занятия – экскурсии* (путешествие по городу, стране с фотографиями, картами);

- *занятия комбинированного типа* (мультимедийную презентацию можно органично внедрить и при опросе домашнего задания, и при объяснении материала, для контроля понимания текста или аудиозаписи);

- *занятия – грамматическом (лексическом) тренинге* (наглядная демонстрация правил и схем, по которым происходит образование грамматических и лексических конструкций английского языка).

В обучении грамматике мультимедийная презентация дает возможность представить грамматический материал кратко и доступно в виде таблиц, схем, рисунков. Наиболее значимая информация выделяется при помощи цвета и анимации.

В обучении лексике презентация позволяет продемонстрировать графическое изображение слова в сочетании с появляющейся иллюстрационной картинкой.

Для овладения лексикой, грамматикой и синтаксисом преподаватели могут создавать такие упражнения, как:

- кроссворды;
- заполнение пропусков;
- соотнесение списка слов на родном языке со списком иноязычных слов с целью нахождения эквивалентных пар этих слов в обоих языках;
- соотнесение двух списков иноязычных слов и установление синонимов/антонимов;
- составление предложений;
- соединение слова с соответствующей ему дефиницией/картинкой;
- выбор подходящего по смыслу слова.

Таким образом, можно сказать, что программа PowerPoint позволяет преподавателю создавать качественные учебные материалы для выполнения конкретных учебных задач.

Е. С. Василенко, Е. И. Ильина, Н. В. Шалимо

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ (по итогам работы II Международной специализированной научно-технической выставки-форума ITE-2018)

В Минске с 28 по 30 ноября 2018 г. проходила II Международная специализированная научно-техническая выставка-форум «Информационные технологии в образовании» ITE-2018.

В этом масштабном мероприятии приняли участие мировые производители информационно-коммуникационных технологий, представители учреждений образования и органов государственного управления. Широко обсуждались вопросы управления образованием в цифровую эпоху, возможности использования информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе и проблемы кибербезопасности.

Особый интерес вызвали информационные технологии, которые могут изменить образовательный процесс.

Так, например, компанией «VELCOM» был представлен инновационный проект для цифровизации учебного процесса «Облачный класс». Работает это следующим образом: компьютерный класс обеспечивается тонкими клиентами для учащихся и рабочим местом преподавателя. Все программное

обеспечение находится в Центре обработки данных (ЦОД). Учащиеся с помощью интернета подсоединяются к ЦОД по технологии Remote desktop Protocol (RDP), благодаря которой все процессы и обработка осуществляются на серверах в ЦОД, а учащиеся видят только результат их запроса.

Преимущества такого «облачного класса» – это отсутствие затрат на обслуживание оборудования, программное обеспечение и сервисное обслуживание, а также чистота лицензирования. Данный проект даст возможность использовать самые современные информационные технологии, чтобы повысить эффективность процесса обучения, сделать его более интерактивным и технологичным.

Также в качестве партнеров выставки-форума широко была представлена компания «САММИТ ТЕКНОЛОДЖИЗ», которая предлагает комплексные решения для учреждений образования – универсальные компьютерные классы, позволяющие реализовать выполнение самых разнообразных задач под нужды учреждений образования.

Много интересной информации было представлено на стенде beCloud СОО «Белорусские облачные технологии». Облачная платформа beCloud – это совершенно новый способ предоставления программного обеспечения, помогающий повысить эффективность работы и снизить затраты на информационные технологии. Облачная платформа создана для хранения и резервирования данных, предоставления удобного сетевого доступа к программным продуктам, приложениям, сервисам, системам хранения.

Партнер выставки-форума компания Softline на ITE-2018 рассказала о современных трендах в области информационной безопасности и облачных технологиях, познакомила с новейшими разработками и сервисами.

У всех облачных сервисов Microsoft есть общая черта – постоянное развитие. Так, например, Microsoft Teams представляет собой пространство для упрощения командной работы в организации. С помощью этого инструмента можно создавать рабочие группы, общаться, проводить собрания и видеозвонки, обмениваться файлами и вести совместные проекты. А Office 365 в облаке – это пакет служб и приложений Microsoft для совместной работы на любом устройстве в любой точке планеты через браузер.

В течение трех дней на пяти тематических площадках было проведено множество конференций, круглых столов и мастер-классов, посвященных цифровой трансформации образования, выступили более 70 спикеров – ведущие белорусские и зарубежные IT-специалисты и эксперты в области образования.

Так, в рамках дискуссии «Какие специалисты нужны/не нужны IT-гигантам», выступил старший директор по разработке ПО в Eram Systems П. Либер. Он рассказал, как проходят IT-тренинги ЕРАМ на примере курсов по изучению языка JavaScript. Однако отметил, что курсы могут пополнить лишь пятую часть вакансий в IT-гигантах. Поэтому необходима интеграция IT-компаний с вузами. И вузам надо быть более инициативными, гибкими, оперативно вносить коррективы в образовательные программы, обеспечивая тем самым условия для конкурентоспособности выпускников.

Посещение выставки-форума «Информационные технологии в образовании» – прекрасная возможность ознакомиться с перспективными направлениями в области ИТ, а также с современными технологиями, которые могут использоваться в образовательном процессе на всех уровнях системы образования.

Р. В. Детскина

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ТЕКСТОВ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ КИНОРЕЦЕНЗИЙ

Предметом нашего исследования являются тексты немецкоязычных кинокритических рецензий на фильмы в жанре «драма». В основу выделения лексико-семантических групп в данных текстах кинокритических рецензий положен денотативный или тематический принцип. В нашу задачу входило определение основных семантических подклассов лексики текстов отобранных кинокритических рецензий с целью выявления специфики употребляемой лексики в данных видах кинокритических рецензий.

Данные о семантических подклассах немецкоязычных кинокритических рецензий на фильмы в жанре «драма» представлены в таблице.

№ п/п	Семантический подкласс	Примеры	Абсолютная частота употребления	Относительная частота употребления
1.	Слова, связанные с понятиями <i>несчастье, горе, трагедия</i>	der Krieg; ums Leben kommen; der Tod; die Tragödie; die unglücklichen Zufälle; dramatische Bilder vom Überlebenskampf	16	0,13
2.	Слова, называющие профессии, звания, статус героев фильма	der Arzt; der Altphilologe; der Linguist die Waffelverkäuferin; der Bauarbeiter; der Anwalt	14	0,12
3.	Слова, называющие членов семьи	der Sohn; die Mutter; der Vater; die Schwester; die Tochter; der Bruder	13	0,11
4.	Слова, связанные с понятием <i>противоправное деяние</i>	der Anschlag; ermorden; klauen; der entführte Mann; die Korruption	12	0,1
5.	Слова, называющие профессии создателей фильма	der Regisseur; der Schauspieler; der Drehbuchautor	11	0,09
6.	Слова, связанные с понятием <i>изменение к лучшему</i>	die Genesung; wieder jung werden; die Vergebung; die Lösungen für große Probleme	8	0,066

7.	Слова, выражающие эмоциональное состояние человека	rächen; die Verzweiflung; leiden; enttäuschen; die Hoffnung; die Rache	8	0,066
8.	Слова, называющие место происхождения в фильме действия (географические названия)	Israel; Beirut; Deutschland	8	0,066
9.	Слова, связанные с понятиями <i>борьба, противостояние</i>	um das neu gewonnene Leben kämpfen; ringen; um die Würde und das Lebensglück kämpfen	7	0,058
10.	Слова, указывающие на исторические события	der Zweite Weltkrieg; der braune Diktator Deutschlands; die palästinensischen Flüchtlingslagern Sabra und Schatila	6	0,053
11.	Слова, связанные с понятием <i>опасность</i>	die Flucht; das gefährliche Netz; die Dämonen; in Gefahr sein	5	0,042
12.	Слова, связанные с понятием <i>необратимая потеря</i>	das verlorene Glück; kein Zurück in die Gesellschaft; aus dem Job geworfen sein	4	0,033
13.	Слова, называющие жанр фильма	das gediegene Kostümdrama; das Familiendrama; das mitreißende, kluge Drama über moderne Arbeit	4	0,033
14.	Слова, описывающие отношение зрителя к фильму	die Aufmerksamkeit erhalten; begeistern; bewegen; berühren	4	0,033
ИТОГО:			120	

Данная таблица дает представление о том, слова с какой семантикой наиболее часто встречаются в текстах немецкоязычных кинокритических рецензий на фильмы в жанре «драма». Из представленной таблицы видно, что наиболее многочисленными семантическими подклассами лексики анализируемых кинокритических рецензий на «драмы» являются: слова, связанные с понятиями *несчастье, горе, трагедия*; слова, называющие профессии, звания, статус героев фильма; слова, называющие членов семьи; слова, связанные с понятием *противоправное деяние*. Данные семантические подклассы лексики составляют соответственно 13 %, 12 %, 11 % и 10 % от общего числа лексических единиц.

ПОДХОДЫ К ПЕРЕВОДУ ИДИМАТИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ

Общепризнанно, что словосочетания делятся на две группы: свободные и несвободные словосочетания или фразеологические единицы. Понятие *фразеологические единицы* трактуется весьма неоднозначно как в русской лингвистики, так и в зарубежной. К числу фразеологических единиц российские ученые относят идиомы и фраземы, фразеологические единицы и идиомы, фразеологические сращения (идиомы), фразеологические единства и фразеологические сочетания.

Большая часть американских и английских лингвистов, занимающихся фразеологией и изучающих устойчивые сочетания слов, для обозначения фразеологических единиц пользуются термином *идиома*, выделяя при этом различные типы и виды идиом.

В качестве основы для определения понятия *идиома* примем определение В. В. Виноградова, который считал, что идиомы (фразеологические сращения) – это «абсолютно неделимые, неразложимые устойчивые словосочетания, общее значение которых не складывается из значений составляющих их слов». Идиомы возникли на базе переносных значений их компонентов. Идиомы, как определенные сочетания слов, обладают следующими признаками:

- 1) в них невозможна в большинстве случаев перестановка компонентов;
- 2) они характерны непроницаемостью – не допускают в свой состав дополнительных слов;
- 3) в их состав могут входить так называемые некротизмы – слова, которые нигде, кроме данного словосочетания, не употребляются, непонятны вследствие этого с точки зрения современного языка;
- 4) такие сочетания слов синтаксически неразложимы.

Такая специфика идиом вызывает значительные трудности при их переводе с одного языка на другой. Чаще всего используются следующие методы перевода идиом человеком:

1. Перевод с помощью эквивалента.
2. Перевод с помощью аналога.
3. Оценочный перевод.
4. Антонимический перевод.
5. Дословный перевод.
6. Описательный перевод.

Перевод с помощью эквивалента связан с нахождением в языке перевода образной единицы, которая полностью соответствует оригиналу по смыслу и форме. Обычно с помощью эквивалентов переводятся такие идиомы, которые присутствуют во многих европейских языках: выражения, вошедшие в язык Библии, античных источников, классической литературы, политической сферы.

Перевод с помощью а н а л о г а осуществляется тогда, когда выражение в тексте перевода соответствует оригиналу по смыслу (совпадает предметно-логическое значение), частично отличается по форме.

Оценочный перевод заключается в том, что, например, для перевода русского идиоматического выражения можно использовать несколько переводных эквивалентов, которые отличаются не только предметно-логическим содержанием, но и оценочными признаками.

Суть антонимического перевода заключается в том, что идиома, как утвердительная конструкция в одном языке, на другой язык переводится в виде отрицательной или утвердительной конструкции.

Дословный перевод или перевод с помощью калькирования используется в тех случаях, когда у идиоматических выражений в языке перевода нет ни эквивалента, ни аналога, а получаемое с помощью калькирования образное выражение легко воспринимается читателем.

Описательный перевод. При таком переводе описательно трактуется значение исходного выражения, что приводит к потере эмоциональной окраски сообщения.

Компьютерные программы перевода текстов типа Promt, Socrat и др. до сих пор не использовались для перевода несвободных словосочетаний.

Широкое применение в последние годы нашли переводческие системы типа Translation Memory (ТМ) и Memory System, работающие по принципу накопления, который заключается в том, что в процессе перевода в ТМ сохраняется исходный сегмент (предложение) и его перевод. При переводе нового текста система сравнивает каждое его предложение с сохраненными в базе сегментами. Если идентичный или подобный исходному сегмент найден, то этот сегмент отображается вместе с переводом и указанием совпадения в процентах. Каждое изменение или новый перевод сохраняются в ТМ.

Большой интерес представляет собой подход, использующий при автоматическом переводе уже переведенные кем-то корпуса параллельных текстов. Первым шагом в этом направлении было исследование Д. В. Степановой, целью которого было создание алгоритма автоматического выделения английских терминологических словосочетаний из англоязычных научно-технических текстов по вычислительной технике и их перевода на русский язык с использованием корпуса параллельных текстов. Созданная на основе такого алгоритма перевода компьютерная программа более чем в 90 % случаев нашла верные переводные эквиваленты английских терминологических словосочетаний.

Этот подход может быть усовершенствован для автоматического перевода идиоматических выражений.

А. В. Zubov, Т. А. Филимонова

СОЗДАНИЕ АЛФАВИТНО-ЧАСТОТНОГО СЛОВАРЯ ПО СТИХОТВОРЕНИЯМ С. ЕСЕНИНА

На кафедре информатики и прикладной лингвистики МГЛУ рассматривается научная тема «Формализация процесса порождения поэтических текстов». Как показывают предыдущие исследования, для этого необходимо выполнить следующий комплекс задач:

1. Составить словари текстов, созданных конкретным автором.
2. Найти с опорой на статистические данные таких словарей темы каждого из исследуемых текстов автора.
3. Составить словари рифм конкретного стихотворения.
4. Составить на лексико-грамматическом и семантическом уровнях формулы каждой строки и каждой строфы исследуемых стихотворений каждого автора.
5. Составить с опорой на конкретные данные алгоритм и компьютерную программу для порождения стихотворения под определенного автора, используя полученные ранее статистические данные по некоторому числу стихотворных текстов данного автора.

Предполагается, что такая работа будет проводиться путем обработки десяти стихотворений С. Есенина, взятых из тома 1 и тома 2 трехтомного собрания сочинений С. Есенина.

Для формального представления содержания десяти исследуемых стихотворений по каждому из них строился алфавитно-частотный словарь с использованием компьютерной программы. При этом для каждого слова стихотворения указывалась его частота (F) и число строф (m), в которых это слово встретилось. Опираясь на эти данные, для каждого слова стихотворения вычислялся коэффициент важности слова ($K_{\text{важн}}$) по формуле:

$$K_{\text{важн}} = \frac{F \times m}{N \times n}$$

Здесь, в числителе, приведены описанные выше значения F и m , в знаменателе N обозначает общее число слов в конкретном стихотворении, а n – общее число строф в этом стихотворении.

Слова, полученного по каждому тексту алфавитно-частотного словаря, имеющие наибольшие значения коэффициента $K_{\text{важн}}$, считали основным содержанием исследуемого стихотворного текста.

А. В. Зубов

МЕСТО ОБЩЕУПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ В СТРУКТУРЕ ДВУЯЗЫЧНОГО ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ

Современная эпоха научно-технического прогресса, характеризующаяся громадным ростом научно-технических публикаций и необходимостью выполнения больших объемов научно-технических переводов, ставит все новые и новые задачи перед исследователями, занимающимися разработками теоретических и методических проблем научно-технического перевода. Переводчики научно-технической литературы нуждаются в рекомендациях и правилах перевода, которые могут быть разработаны только в результате научного осмысления процесса перевода и переводческой деятельности.

Одной из наиболее актуальных задач, стоящих в настоящее время перед исследователями проблем перевода, является задача создания специализированных терминологических словарей.

Анализ англо-русских переводов, выполняемых в разных организациях, показывает, что значительную трудность для переводчика научно-технической литературы представляют общеупотребительные и общенаучные слова, которые приобретают в научно-технических текстах определенную специфику и переводные эквиваленты которых не отражены в общих двуязычных переводных словарях. В связи с этим возникает необходимость изучения специфики общеупотребительных и общенаучных слов в научно-технических текстах и особенностей их перевода на русский язык.

Проводя «стратификацию» лексического состава научно-технических текстов, ученые выделяют три крупных слоя: общеупотребительную лексику, общенаучную лексику и терминологическую лексику. Терминологический слой лексики содержит слова, которые обозначают конкретные научные и технические понятия. К общенаучной лексике относятся слова, образующие лексическое окружение терминов. С помощью общенаучных слов описываются процессы и явления в любом подязыке науки и техники.

Общеупотребительный слой включает слова и сочетания, которые обязательно присутствуют в любом стиле речи, например артикли, союзы, местоимения, предлоги, служебные глаголы, прилагательные, наречия. Сюда же относятся лексические единицы, которые хотя и встречаются в научно-технических текстах, однако имеют низкую частотность. Эти слова представляют реальную трудность для переводчика научно-технической литературы.

Их перевод требует сложных лексических трансформаций. Между вышеназванными тремя слоями лексики нет резкой грани, между ними идет все время сложный взаимообмен, имеется непрерывная активная и действенная связь.

Существуют различные подходы к выделению той общеупотребительной лексики, которая войдет в создаваемый двуязычный англо-русский терминологический словарь. Один из них связан с тем, что например, при создании англо-русского терминологического словаря в него включается общеупотребительная лексика, вошедшая в частотные словари, полученные путем статистического анализа десяти различных функциональных стилей и подязыков. При этом в такой единый словарь не включались термины, специфичные для каждого из создаваемых частотных словарей.

Обобщая подобные работы, можно выделить четыре группы общеупотребительных слов, вызывающих затруднения при переводе научно-технических текстов: «ложные друзья переводчика», слова с широким диапазоном значений, слова со специфическими значениями в научно-технических текстах и экспрессивно-стилистически окрашенные слова.

АВТОМАТИЧЕСКОЕ СОЗДАНИЕ ОБРАТНОГО СЛОВАРЯ ТЕКСТА

С помощью компьютера создаются разные типы словарей: терминологические, частотные, обратные, словоуказатели, конкордансы, тезаурусы и т.д. Рассмотрим подробнее автоматическое формирование обратного словаря. Отличие обратного словаря от любого другого словарного издания состоит в следующем: в обычных словарях (двуязычных, толковых и др.) слова располагаются в алфавитном порядке, в обратном словаре используется так называемый алфавитный порядок по концу слова или обратный (инверсионный) алфавитный порядок. Из любых двух слов первым в такой словарь помещается то, у которого конечная буква ближе к началу алфавита. Например, в обратном словаре русского языка на первом месте стоят слова, оканчивающиеся на -а, потом на -б, -в, -г и т.д.

Родоначальниками обратных словарей считаются средневековые арабские классические словари XIII–XIV веков. В Европе в XVIII в. обратный алфавитный порядок слов использовался еще и при составлении словарей рифм (так называемых рифмовников). В середине 50-х г. XX в. Л. Успенский высказал мысль о том, что лингвистам был бы очень полезен словарь, в котором слова располагались по алфавиту не начальных, а конечных букв. Ученый писал: «Представьте себе, что я захочу узнать что-либо, связанное не с началами, а с окончаниями слов. Ну, положим, какое значение имеет в русском языке суффикс ‘-л-’ в словах среднего рода, вроде ‘зерка-л-о’? Или каких суффиксов ‘-чик’ в нем больше: тех ли, которые образуют слова, означающие профессию, род занятий (вроде ‘лет-чик’, ‘рез-чик’, ‘пулемет-чик’), или образующих уменьшительные имена (‘маль-чик’, ‘паль-чик’ и пр.). Мне может понадобиться и сведение, какой суффикс более употребителен: ‘-чик’ или ‘-ник’ (а может быть, ‘-тель’) в тех же словах, означающих род занятий (‘гранат-о-мет-чик’ или ‘подрыв-ник’?)». Л. Успенский имел в виду обратный словарь русского языка. Первый «Обратный словарь русского языка» был создан в 1974 г. и содержал около 125 тыс. слов.

В настоящее время создано большое количество обратных словарей для разных, как правило, флективных языков. Выделить из текста все слова и расположить их в алфавитном порядке, начиная от конца слова, вручную является достаточно трудоемкой задачей. Поэтому разработаны различные компьютерные программы, позволяющие создавать обратные словари автоматически. Наиболее удобной из них является Cygwin – среда для запуска Linux-приложений из-под Windows. Определенный набор команд данной среды позволяет формировать разные типы словарей: частотные, обратные, конкордансы.

Рассмотрим алгоритм построения обратного словаря русскоязычного текста программой Cygwin. В командной строке Cygwin набирается последовательность команд, разделенных специальным знаком «—|,» который называется `rip`.

```
cat introduction.txt | tr -d '.,;:"- ' | tr ' ' '\n' | rev | sort | rev | uniq >
rev_dict.txt
```

Каждая из этих команд выполняет следующие действия:

1. *cat introduction.txt* – загружает в память ПК файл;
2. *tr -d '.,;:"- '* – удаляет из текста знаки препинания;
3. *tr ' ' '\n'* – заменяет каждый пробел в тексте на *Enter*, то есть преобразует текст в словарь словоформ;
4. *rev* – поменяет в каждой словоформе словаря буквы справа–налево, например, *недавно* – *онваден*;
5. *sort* – отсортирует преобразованный таким образом словарь по алфавиту;
6. *rev* – поменяет в каждой словоформе словаря буквы слева–направо, то есть вернет ее в исходную форму, например, *онваден* – *недавно*;
7. *uniq* – удалит повторяющиеся слова;
8. *> rev_dict.txt* – сохранит полученный обратный словарь на ПК с именем.

В результате получается обратный словарь, фрагмент которого представлен ниже:

<i>касающиеся</i>	<i>отличается</i>
<i>отличающиеся</i>	<i>изучается</i>
<i>имеющиеся</i>	<i>требуется</i>
<i>являющиеся</i>	<i>формируется</i>
<i>подвергался</i>	<i>игнорируется</i>
<i>попытался</i>	<i>представляется</i>
<i>осуществлялся</i>	<i>является</i>
<i>передающемся</i>	<i>проявляется</i>
<i>обратимся</i>	<i>определяется</i>
<i>сложившимся</i>	<i>объясняется</i>
<i>изучавшегося</i>	<i>становится</i>
<i>рассматривается</i>	<i>приводится</i>
<i>сказывается</i>	<i>сводится</i>
<i>утверждается</i>	<i>относится</i>
<i>отражается</i>	<i>кажутся</i>
<i>познается</i>	<i>останутся</i>
<i>считается</i>	<i>развиваются</i>

А. А. Макоўскі

«ЛІТАСЦЬ» У КАНЦЭПТАСФЕРЫ АНГЛІЙСКОЙ І БЕЛАРУСКАЙ КУЛЬТУР

Пытанне ўспрыняцця рэчаіснасці народам і яе адлюстравання ў моўнай свядомасці – адна з асноўных праблем кагнітыўнай лінгвістыкі і лінгвакультуралогіі. Для вывучэння ўзаемасувязі паміж аб’ектыўнай рэальнасцю і яе адлюстраваннем у мове неабходна было перагледзець шэраг асноўных

тэрміналагічных адзінак. У выніку быў ўведзены лінгвістычны тэрмін *канцэпт*. Дадзены тэрмін дагэтуль з’яўляецца неадназначным і трактуецца па-рознаму. Зараз існуюць меркаванні, што канцэпт – гэта ўсё тое, што мы ведаем пра аб’ект; гэта аб’ект са свету «Ідэальнае»; канцэпт як сукупнасць яго знешняй, катэгарыяльнай аднесенасці і ўнутранай структуры як інварыянт усіх яго значэнняў. Усе канцэпты ўвасабляюць у сабе ідэі, якія ўзнікалі ў мове дыяхранічна. З гэтага пункту гледжання вельмі слушным з’яўляецца тлумачэнне дадзенае Ю. С. Сцяпанавым, які разумее канцэпт як згустак культуры ў святдомасці чалавека, ствараючы ўзаемазалежнасць паміж святдомасцю і культурай.

У межах даследавання праводзіцца параўнанне азначанай канцэпта-сферы ў беларускай і англійскай моўных карцінах свету, параўнальны метадазвалае лепш выявіць асаблівасці кожнай з культур.

Эмацыйныя станы немагчыма вымераць і апісаць ужываючы колькасныя паказчыкі, таму для апісання канцэпту «літасць» больш прыдатныя ўскосныя прыёмы тлумачэння, у прыватнасці сэнсавы і метафарычны.

Этымалогія слова *літасць* цалкам не вызначана, але мяркуецца, што карань *lit* абазначаў паняцце *чалавек*. Аб гэтым сведчаць прыклады з іншых моў: чэскія *lidstvo* ‘чалавецтва’ і *lid* ‘людзі, люд’, а таксама старажытнаверхненямецкае *Liuti*, ці *Liudi* ‘людзі’. Першапачаткова слова магло абазначаць паняцце *чалавечнасць*. Паступова гэта значэнне разгалінавалася на некалькі новых. Тлумачальныя слоўнікі даюць наступныя варыянты значэння *літасць*: *добрыя, велікадушныя адносіны; міласць*. Прычым адсутнасць літасці тлумачыцца як *жорстка, строга, неміласэрна, не шкадуючы*.

Дадзены канцэпт ужываецца ў шэрагу ўстойлівых метафарычных мадэлей, напрыклад *мець літасць; не даваць літасці*, што спрыяе наданню абстрактнаму паняццю ўласцівасцей канкрэтнага прадмета.

Паняцце *літасць* блізкае да паняццяў *спагады* і *міласэрнасці*, таму яны часта ўжываюцца ў аднолькавых кантэкстуальных сітуацыях. Існаванне сінанімічнай паралелі: *літасць – спагада* выдатна ілюструецца М. Ваданосавым у кнізе «Галасы на вадзе»: «*Вялікія светлыя вочы глянулі на мяне з мальбой і страхам, нібы прасілі літасці*». Сінанімічную паралель: *літасць-міласэрнасць* можна знайсці ў творах Я. Коласа: «*Давалі людзі ёй дарады, Куды схадзіць, каго спытаць. Хадзіла, мерала прысады, Каб літасць, праўду напаткаць*». Існуе таксама сінанімічная паралель *літасць-міласць*: «*...Вайсковы загад не можа датычыцца жанчыны, якая вязе літасць цара свайму мужу*». Важна для нашага народа *літасць* у значэнні *міласць боская*. Гэта значэнне можна прасачыць у малітвах і рэлігійных тэкстах.

Таму можна казаць аб існаванні добра акрэсленай сінанімічнай парадыгмы: *Літасць-міласэрнасць-міласць*. Яе базісным элементам з прычыны шырыні паняццявых характарыстык з’яўляецца канцэпт «літасць». Прычым у рускай мове цалкам адсутнічае адпаведнік канцэпта «літасць», частка яго значэнняў пераходзіць да рускага адпаведніка канцэпта «міласэрнасць». Гэта слова прыйшло ў славянскія мовы з лацінскай, як калька з *misericordia*, адаптаваная стражытнарускай, беларускай, славацкай, польскай і інш. мовамі.

Слова *літасць* і адпаведна канцэпт, звязаны з гэтым словам – асабіста беларускія. Яны адлюстроўваюць асаблівасці беларускага светаадчування і займаюць прамежкавую пазіцыю між канцэптамі «чалавечнасць» і «міласэрнасць».

Семантычная структура слова *літасць* паступова трансфармуецца ў залежнасці ад кантэксту, які прыцягвае слова. Пад уплывам рускай мовы гэта слова паступова набліжаецца да больш інтэрнацыянальнага – *міласэрнасць*. Такая тэндэнцыя можа прывесці да іх аб'яднання ў адзін канцэпт, але гэта малаверагодна, таму што канцэпт «міласэрнасць» таксама дынамічны. Як адзначае А. В. Какорына, зараз значэнне слова *міласэрнасць* стала настолькі вузкім, што амаль што сінанімічна слову *дабрачыннасць*. Такім чынам суб'ектамі міласэрнасці могуць быць як асоба, супольнасць так і афіцыйная арганізацыя. Такая трансфармацыя забяспечвае больш трывалую пазіцыю слова *літасць* у межах яго паняццывай сферы.

Найбольш блізкі англійскі адпаведнік слова *літасць* – слова *mercy*. Яно паходзіць ад лацінскага *merces, merced* – *аддзяка*. У хрысціянскай латыні ўжывалася ў значэнні 'спагада, міласць'. Пазней праз старажытнафранцузскую мову *merci* 'удзячнасць; спачуванне, літасць' перайшло ў сярэднеанглійскую.

У сучаснай англійскай мове слова *mercy* мае значэнні: 'міласэрнасць'; 'спагада', 'літасць', 'спачуванне', 'міласць', якія амаль поўнасю адпавядаюць беларускім (*the boy was screaming and begging for mercy* – *хлопчык крычаў, просячы літасці*). З граматычнага пункту гледання слова *mercy* можа быць як невылічальным: *to beg for mercy*, так і вылічальным: *the mercies of God*, што сведчыць аб атаесамлені дадзенага канцэпта з матэрыяльнай рэччу. У беларускай мове такое атаесамленне таксама назіраецца ва ўстойлівых выразях, як напрыклад: *мець літасць*, але выказваецца іншымі сродкамі (лексічна) і з'яўляецца менш відавочным.

Слова *mercy* мае наступныя сінанімічныя паралелі: *forgiveness, pardon*, якія амаль адпавядаюць беларускаму слову *спагада*. Прычым англійскі сінанімычны рад менш разнастайны за беларускі, але ён адваротнапрапарцыянальны колькасці значэнняў саміх канцэптаў. Так паняццывыя паказчыкі канцэпта «мерсу» з'яўляюцца больш развітымі, чым у яго беларускага адпаведніка, гэта тлумачыцца тым, што акрамя акрэсленых супадаючых значэнняў у англійскай мове маюцца і тыя, што не супадаюць, як напрыклад значэнне 'збаўленне' (*his death was in a way a mercy* – 'яго смерць была свайго рода збаўленнем'). Прычым у англійскай мове слова *mercy* можа ўжывацца як у форме назоўніка, так і ў форме канвертаванага азначэння, напрыклад *mercy missions* – 'місіі дабрачыннасці'.

Абодва словы ўжываюцца ў ідыяматычных выклічніках. Так англійскаму архаічнаму выклічніку *mercy me!* адпавядае беларускі аналаг *Божа літасцівы!* Пры гэтым іх семантычная структура адрозніваецца. Англійская ідыёма здаецца больш прагматычнай і індывідуалістычнай, але гэта спрэчна. Па аналогіі з ідыёмай *Mercy on you!* – *Бог з табой!* можна меркаваць, што ў паняццывай структуры канцэпту «мерсу» закладзена яго метанімічнае атаесамленне з вышэйшымі сіламі.

Аб большай актыўнасці дадзенага канцэпта ў англійскай ментальнасці сведчыць і большая чым у беларускай колькасць ідыяматычных выразаў, напрыклад: *be thankful for small mercies* – і маленькім палёгкам трэба радавацца; *have mercy on* – літаваць; *tender mercies* – літасць. Пры гэтым беларуская ідыёма *на міласць кагосьці* мае некалькі аналагаў са словам *mercy*: *at the mercy of somebody*; *leave someone/something to the mercy of*; *throw oneself on someone's mercy*; *fling on smb.'s mercy*.

Падсумоўваючы вышэй згаданае можна зрабіць высновы, што абодва канцэпты з'яўляюцца важнымі складальнікамі маральнай прыроды беларускага і англійскага светаўспрымання. Сваеасаблівасць канцэптаў выяўляецца ў іх актыўнай дынаміцы, адлюстроўваючы эвалюцыю светаўспрымання чалавека. Кожны з іх мае свае асаблівасці, абумоўленыя культурай і працэсам іх развіцця. Англійскі канцэпт з'яўляецца больш актыўным у ментальнасці народа па прычыне большай колькасці значэнняў у яго паняццывай сферы і большай распаўсюджаннасці ў парэміялогіі мовы. Але гэты працэс тлумачыцца рознымі шляхамі ўтварэння іх слоў-намінантаў і як следствам частковым разыходжаннем значэнняў. Полісемантычнасць англійскага слова праяўляецца на большай ступені з нагоды меншага аб'ёму яго сінанімічнай парадыхмы і адпаведна аб'яднанню ў яго семантычнай структуры часткі значэнняў уласцівых сінанімам беларускага слова-намінанта. Пры гэтым англійскае слова *mercy* знаходзіцца паміж значэннямі *літасць* і *міласэрнасць*. Таму меншая колькасць значэнняў слова-намінанта *літасць* хутчэй адлюстроўвае не большую значнасць канцэпта ў культуры народа, а большую дакладнасць яго разумення. Да таго ж слова-намінант *літасць* гістарычна больш звязаны з культурай свайго народа, чым яго англійскі адпаведнік і з'яўляецца вельмі важным для разумення і захавання народнай культуры.

В. Ф. Руцкая

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ЧИСЛОВЫМ КОМПОНЕНТОМ

Существование фразеологизмов с числовым компонентом в английском, русском и белорусском языках можно считать характерной чертой этих языков, языковой универсалией, равно как и наличие в языке числового компонента, при этом они обнаруживают черты как изоморфизма, так и алломорфизма. В этих языках представлены ФЕ, построенные на основе образа, который понятен только представителям исходного языка. Они могут отражать исторические события, обычаи, традиции народа. Так, фразеологизм *two and a plack* имеет компонент *plack*, обозначающий старинную шотландскую медную монету, равную 4 пенсам (XV–XVI вв.). Фразеологизм *cat o' nine tails* связан с традицией применения плети из девяти ремней в английской армии и на флоте вплоть до 1881 года. Белорусский фразеологизм *за дзедам шведам* значит 'очень давно'. Он содержит упоминание о шведских набегах на Беларусь. Анализируя и интерпретируя ФЕ, мы соотносим образную

составляющую фразеологизма со стереотипами, историческими событиями, менталитетом народа. Раскрытие культурного смысла и национального характера является содержанием национально-культурной коннотации.

Все предметы окружающей нас действительности обладают не только качественной стороной, но и количественной, т.е. определенной величиной, объемом, темпом. Лингвисты определяют число как обозначение количества путем противопоставления раздельной множественности-единичности предметов и как грамматическую категорию, выражающую количественные характеристики предметов мысли. Категория количества получает наиболее конкретное выражение в числительных. Говоря о числе и числительном, необходимо разграничивать эти два явления, так как не каждое слово, обозначающее количество, является числительным. В русском и белорусском языках выделяют количественные, порядковые и собирательные числительные. В английском языке числительные принято делить только на количественные и порядковые. Понятие числа наиболее точно отражается в количественных числительных. Собирательные числительные называют совокупность предметов по количеству составляющих их единиц. Порядковый номер предмета в процессе счета обозначается порядковыми числительными.

Числовой компонент – это языковое выражение концепта «число». Методом сплошной выборки из словарей были отобраны ФЕ с числовым компонентом. Анализу подверглись 108 ФЕ в английском языке, 204 ФЕ в белорусском языке, 137 ФЕ в русском языке. Наиболее частотными в составе выделенных ФЕ английского языка являются компоненты *one* (43 повторений), *two* (36 повторений), *three* (7 повторений), *seven* (7 повторений), *nine* (7 повторений). В русском и белорусском языках наиболее частотными оказались ФЕ с компонентами *один* (66 повторений) и *адзін* (119 повторений), *два* (18 повторений) и *два* (25 повторений), *три* (9 повторений), *тры* (12 повторений), *семь* (12 повторений), *сем* (20 повторений), *первый* (14 повторений) и *першы* (15 повторений). Частым явлением оказалось использование нескольких числовых компонентов в одной ФЕ: *there was never a five pound note, but there was a ten pound note for it*.

В составе фразеологизмов числовой компонент может наделяться вторичной семантикой и не выполнять свою обычную функцию, а указывать на качественное значение числа. В связи с этим важное значение приобретает символическое осмысление числового компонента в фразеологизмах. В русских и белорусских ФЕ числительное *один/адзін* связано с понятием «единичности». Например, *один как перст, адна галавешка ў печы тлее*. В английской культуре *one* может символизировать «единство» и «единственность»: *to be made one; number one*. Два символизирует противоречие, раздвоенность, мужское и женское и т.п., например, *to be in two minds*. В славянской культуре *два* может реализовывать как положительную, так и отрицательную коннотацию: *гоняться за двумя зайцами, убивать двух зайцев*. *Три/тры* символизирует божественный разум, духовный порядок, гармонию микро-макромиров, совершенство, небо в индоевропейских языках (М. М. Маковский): *без троицы дом не строится, give three cheers*. Особое

значение имеют числительные *семь* и *девять*. *Семь* считается счастливым числом в русской и белорусской культурах. Оно близко по своему символическому значению числу *девять* в английской культуре. Например, *быть на седьмом небе, to be on cloud nine*. Наблюдается возрастающая активность числового компонента *ноль* в фразеологических неологизмах. Согласно словарю символов Х. Э. Керлота, *ноль* означает небытие, связанное с единицей как его противоположностью. Дж. Тиссидер в своем словаре отмечает, что *ноль* благодаря своей округлой форме, является символом вечности, это порождающий промежуток времени, в котором заложена идея начала. Например, *Zero hour; ноль без палочки; начать с нуля; выйти в ноль*. Концепт «число» имеет важное значение в мировосприятии человека. Числовой компонент в составе ФЕ фиксирует человеческий опыт вне зависимости от его национальной принадлежности, при этом обнаруживая сходства в его языковом выражении. Анализ фразеологического материала позволяет увидеть также особенные, уникальные черты мировосприятия народов, которые отражаются в различиях в языковом отражении исследуемого концепта. В славянской языковой картине мира особое место занимают числа *один, три, семь* и *сорок*, в английской – *один, два* и *девять*. Ряд устойчивых выражений в разных языках обнаруживает совпадение значений, но при этом в них употреблен разный числовой компонент, включенный в семантическую структуру фразеологизма, имеются также безэквивалентные ФЕ с числовым компонентом, которые и отражают своеобразие фразеологии каждого народа. Например, *be at sixes and sevens*. Анализ ФЕ с числовым компонентом позволяет получить ответ на вопрос о проявлении национально-культурной специфики в фразеологических подсистемах как близкородственных, так и неблизкородственных языков.

А. В. Скрябина

СТРУКТУРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ АНАЛИТИЧЕСКИХ СТАТЕЙ

Основным предназначением и методом аналитических жанров в газете является анализ фактов, явлений, ситуаций действительности. Средства массовой информации не только сообщают новости, но и стремятся найти причины происходящих событий, выявить их взаимосвязи, объяснить читателям смысл происходящих событий, оценить влияние на жизнь общества решений власти или заявлений политиков. В силу этого сложилась достаточно разветвленная система аналитических жанров, которые со временем модифицируются и пополняются новыми типами.

1. **Аналитический отчет.** Предметом аналитического отчета является результат публичного общения людей на собраниях, заседаниях, съездах. Внимание аудитории направляется от содержания выступлений к событиям реальной жизни, что позволяет самим читателям судить о позиции участников собрания. Язык аналитического отчета характеризуется обилием

политологических и экономических терминов, содержащихся как в изложении речей участников собрания, так и в комментариях. Этим определяется необходимость разъяснять читателям редкие, малоупотребительные, недавно появившиеся термины.

2. **Комментарий** может быть как методом, так и жанром журналистики. Как метод он применяется во всех формах публикаций. В комментарии содержится реакция на новое явление, активно обрисовываются проблемы, раскрываются взаимосвязи обнаруженного предмета. Комментарий (за исключением кратких форм) представляет собой структуру доказательного рассуждения по поводу какого-то одного основного вопроса. Читателю необходимо дать возможность понять, о чем собственно идет речь, какие аргументы комментатор приводит в пользу своей позиции, какие решения предлагает.

3. **Социологическое резюме** – новый жанр, возникший в печати в последние годы в связи с активизацией политической жизни и развитием социологических исследований. Социологическое резюме содержит краткое изложение итогов каких-либо социологических исследований. Аналитический характер такой публикации определяется тем, что журналист обращается к материалам, которые сами по себе представляют анализ действительности и тем, что журналист может соотносить данные различных социологических исследований, комментировать их.

4. **Аналитическое интервью** отличается от информационного своей целью – это не просто получение информации о событии, а выявление причинно-следственных связей данного события, вынесение оценок, прогноз.

5. **Аналитический опрос** имеет сходные черты с информационным, но отличается характером вопросов. Он посвящен важным политическим темам, событиям экономической, культурной жизни. Это может быть выяснение мнения известных артистов по поводу новой пьесы и т.п.

6. **Беседа** иногда отождествляется с интервью, поскольку имеет значительное сходство с ним, прежде всего – двусоставность текста. В обоих случаях есть обмен мыслями, репликами. В беседе журналист является равноправным партнером по коммуникативному акту, а значит и создателем содержания будущего текста.

7. **Аналитическая корреспонденция** представляет собой жанр, похожий и на отчет, и на репортаж, но имеет особую цель – сообщение о событии и его истолкование. Это сообщение может включать в себя «живое» наблюдение, фрагменты выступлений, «свернутый» пересказ происходившего. В центре внимания текстов этого жанра находится один значительный факт, все остальные детали, примеры, суждения служат вспомогательным материалом для его всестороннего освещения.

8. **Анкета** – жанр, связанный с методом сбора информации – анкетированием. Популярность этого жанра объясняется тем, что он позволяет удовлетворять потребности аудитории в знании того, как реагируют на определенные общественные явления различные социальные группы.

9. **Р е ц е н з и я** – это жанр, основу которого составляет отзыв о произведении художественной литературы, искусства, науки, журналистики. Суть жанра – выявить отношение рецензента к произведению и увидеть в нем то, что незаметно непосвященному. От других жанров рецензия отличается тем, что рассматривает не явления реальной действительности, а информационные явления – книги, фильмы, телепередачи. Рецензия обычно содержит суждения и оценки и тем самым относится к аналитическим жанрам.

10. **М о н и т о р и н г** – это тип публикаций, связанный с одноименным видом социологического исследования. Мониторинг представляет собой «слежение», систематически повторяющийся замер одних и тех параметров какого-либо социального явления.

11. **Р е й т и н г** – публикация с целью осуществить «ранжировку» сходных явлений по какому-либо признаку. Явления, относительно которых составляются рейтинги, принадлежат самым разным сферам деятельности – экономике, финансам, политике, культурной жизни, спорту и т.д.

12. **С т а т ь я** является главным жанром аналитической журналистики. Статья дает подробный обзор и анализ актуальных событий и ситуаций, опирается на самые различные методы работы журналиста, разъясняет происходящие процессы и ориентирует читателя на дальнейшие, самостоятельные размышления. Статья может иметь различные жанровые разновидности: общеисследовательская статья, практико-аналитическая статья, полемическая статья.

13. **Ж у р н а л и с т с к о е р а с с л е д о в а н и е** выделяется среди других жанров своим предметом. В центре его – заметное негативное явление (громкое преступление, чрезвычайное происшествие, напряженная обстановка в каком-либо регионе или на предприятии). Проведение такого расследования требует высокой культуры общения, как от журналиста, так и других его участников. Корректными должны быть как вопросы, так и ответы на них.

Материалом исследования послужили англоязычные аналитические статьи по тематике «Культура», их структура и содержание. Проанализировав исследуемые англоязычные аналитические статьи можно выделить следующие элементы их структуры: заголовок, введение, подробности (основная часть) и заключение. Наиболее часто в таких текстах встречается структура **основная часть** (63 %). Это объясняется тем, что для данных текстов характерна лаконичность, что означает точную передачу информации и фактов. На втором месте – структура, включающая два компонента **введение + основная часть** (29 %). В этой структуре предложения, реализующие функцию компонента «заключение», могут отсутствовать. Это происходит потому, что изложение материала часто строится по принципу, когда самая важная информация находится в начале, а затем следуют дополнительные факты, раскрывающие основной смысл.

Структура из компонентов **основная часть + заключение** (5 %) занимает третье место.

Процесс выделения опорных слов каждого анализируемого текста статьи включает в себя несколько этапов. Первый этап предусматривает

построение частотно-алфавитного словаря для каждого анализируемого текста. Частотно-алфавитные словари по анализируемому материалу были получены с помощью программы DICT. На втором этапе происходит выделение из частотно-алфавитного словаря потенциальных опорных слов, которые служат основой для деления опорных слов на главные и второстепенные. Для осуществления данной операции была использована компьютерная программа UNIFY. В заключение, все полученные списки потенциальных опорных слов были дополнены словами схожей тематики, и создан поисковый образ по каждой тематике. Все поисковые образы были сведены в таблицы. На основании разработанных поисковых образов по каждой тематике был составлен алгоритм автоматической идентификации тематики англоязычных публицистических текстов аналитических статей.

Таким образом, на основании проведенного исследования выявлена структура анализируемых текстов, критерии определения основного содержания текста англоязычной аналитической статьи, анализируемые статьи были классифицированы по тематикам, были созданы частотно-алфавитные словари и поисковые образы по анализируемым текстам статей, разработан алгоритм определения тематики анализируемых статей.

Д. В. Степанова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНКОРДАНСОВ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Создание электронных корпусов текстов и освоение их возможностей для решения практических и исследовательских задач является одним из приоритетных направлений корпусной лингвистики. Под электронным корпусом текстов принято понимать массив устных или письменных текстов на естественном языке, представленный на машинном носителе и упорядоченный должным образом для проведения лингвистических исследований. Среди наиболее известных корпусов английского и русского языков можно выделить *Национальный корпус русского языка*, *British National Corpus*, *Bank of English*, *American National Corpus*. Корпусный подход как метод лингвистического исследования направлен на прикладное изучение языка, особенностей его функционирования в реальной среде и текстах различных жанров и стилей.

Применение репрезентативных корпусов текстов для автоматического статистического и качественного анализа лексических единиц в естественной языковой среде становится возможным благодаря специальным компьютерным программам-конкордансам. Такие программы являются одним из видов программного обеспечения корпусной лингвистики и предназначены для автоматической обработки текстов в электронном формате посредством их преобразования в лингвистические базы данных. Примером такого программного обеспечения может послужить программа *Concordance*, которая выполняет две основные функции: поисковую, т.е. осуществление

поиска языковых единиц или целых фрагментов текста, и эвристическую, т.е. приведение контекста заданной длины для отобранной словоформы. Результатом работы программы-конкорданса является создание словаря, в котором каждая словоформа текста сопровождается не только частотным показателем, но и контекстом употребления. Технические возможности программы Concordance, такие как автоматическое построение алфавитно-частотного словаря словоформ заданного текста, выделение из текстов левой и правой контактной дистрибуции выделенной словоформы по заданным параметрам, автоматическая сортировка словоформ по алфавиту или частоте употребления, позволяют создать словарь – конкорданс, который включает индексные указатели, список словоупотреблений электронного корпуса текстов в контексте левого и правого окружения (контекста) с указанием частоты употребления в текстах, а также кластеры выделенных слов.

В прикладной лингвистике конкордансы получили особое признание среди лингвистов благодаря возможностям оперативной обработки лексического материала и эффективного исследования электронных корпусов текстов в целом.

В последнее время конкордансы активно используются при создании автоматических и автоматизированных систем обучения иностранным языкам, что связано с возможностью изучения лексических и грамматических особенностей словоформ текста, выявления лексико-грамматической сочетаемости слов, выделения примеров словоупотреблений и их контекстов, определение частотности лексем и грамматических конструкций в текстах разных авторов и жанров.

Создание конкордансов и анализ лингвистических данных имеет особое значение при работе с научно-техническими текстами. Это, прежде всего, связано с высокими темпами развития ряда предметных областей (например, в сфере информационных технологий), что влечет за собой исключение из употребления некоторых терминов или изменение их семантической структуры. В то же время разрабатываются и внедряются новые технологии, требующие номинации. При этом обозначение новых сложных понятий осуществляется, как правило, с помощью терминологических словосочетаний. В результате даже самые современные словари не успевают отразить все изменения в составе терминологии той или иной предметной области и зафиксировать новые термины.

Применение программ-конкордансов для компьютерной обработки современных электронных научно-технических текстов позволяет решить следующие задачи:

- определение частоты употребления терминов в заданных текстах и выделение основных терминов некоторой предметной области;
- оперативное установление контекста употребления выделенных лексических единиц по заданным параметрам для последующего анализа;
- выявление новых терминов некоторой предметной области, которые еще не отражены в словарях, но уже активно используются специалистами.

Таким образом, конкорданс как тип словаря является современным эффективным инструментом автоматической статистической обработки и анализа электронных корпусов текстов, который может применяться для решения различных лингвистических задач в лексикологии, в лексикографии и терминоведении, в теории и практике перевода, а также в преподавании и изучении всех аспектов языка.

Н. В. Шалимо, Е. С. Василенко, Е. И. Ильина

ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МГЛУ

В современном мире происходит тотальная информатизация всех сфер человеческой деятельности, и это явление требует от каждого специалиста высокой информационной культуры, т.е. специалист должен уметь пользоваться информационными технологиями и инструментами, позволяющими распространять информацию, совместно работать в коллективе над едиными проектами, обладать способностью к инновациям.

Высшие учебные заведения являются базисом любой профессиональной деятельности, поэтому данным учреждениям необходимо наполнение профессиональными образовательными программами и дисциплинами, обеспечивающими развитие у студентов соответствующих знаний, умений и навыков. С этой целью МГЛУ включает в свою программу преподавания дисциплину «Основы информационных технологий» (ОИТ).

Актуальность преподавания этой дисциплины в настоящее время не вызывает сомнений, однако несмотря на почти двадцатипятилетний опыт преподавания ОИТ, у нас до сих пор существует ряд проблем в организации учебного процесса и методике преподавания. Всю совокупность этих проблем условно можно разделить на две группы.

К первой группе относятся, так называемые традиционные проблемы, связанные с быстрым моральным старением техники и программного обеспечения, постоянным появлением новых информационных технологий; не соответствие государственных стандартов образования реалиям современных информационных технологий. Быстрое моральное старение техники и программного обеспечения – эта основная проблема любого университета, в том числе и нашего, так как закупив год назад оборудование и программное обеспечение, сотрудники далекие от информационных технологий не видят необходимости его обновления. Однако сфера IT очень быстро развивается, и один год в информационных технологиях может равняться пяти, десяти годам разработок в другой области. Поэтому используя старое программное обеспечение для обучения студентов, университет сводит к минимуму пользу от его практического применения. Разработанные курсы обучения порой используют устаревшее программное обеспечение, что делает их не совсем пригодными к реалиям современной жизни.

Ко второй группе относятся методические проблемы, связанные как с организацией процесса преподавания, так и с содержанием преподаваемых дисциплин. Здесь следует отметить, что преподавание дисциплины ОИТ начинается еще в учреждениях общего среднего образования. Содержательно эта дисциплина включает основы теоретической информатики: дискретизацию и кодирование, системы счисления, моделирование и алгоритмизацию и т.д., а также начала прикладной информатики: архитектуру компьютеров и компьютерных сетей, программное и техническое обеспечение компьютеров. В МГЛУ дисциплина «Основы информационных технологий» традиционно читается на первом курсе и является дисциплиной естественнонаучного цикла. Если провести сравнительный анализ государственных стандартов высшего профессионального образования различных специальностей по данной дисциплине, то необходимо отметить, различаются между собой незначительно.

Проблемы организации учебного процесса связаны, в первую очередь, с разработкой методик использования информационных технологий в учебном процессе, то есть, какие технологии и в каком объеме использовать при обучении.

Проблемы обучения определяются также несколькими факторами. Прежде всего это психологический фактор. Он выражается чаще всего в непонимании самими студентами первого курса нюансов технологий и полным непониманием применимости этих технологий в решении реальных задач. Также следует отметить и организационный фактор. Объясняется это тем, что студенты не имеют достаточных знаний о реальных проблемах своей будущей профессии и поэтому не понимают необходимости применения отдельных модулей нашего курса. Проблематичным является и вопрос о содержании обучения. Чему учить: инструментам информационных технологий или проектированию применения информационных технологий на реальных объектах?

Для решения проблем, относящихся к первой группе, необходима проработка следующих вопросов: на данный момент остается актуальным вопрос оперативной модернизации вычислительной техники и программного обеспечения. Необходима опережающая разработка методик обучения и использования информационных технологий, для чего нужно предоставить преподавателям возможности для освоения новых технологий.

Что касается проблем, относящихся ко второй группе, необходимо уточнить несколько моментов. В этой ситуации можно предположить, что дисциплина ОИТ высшего профессионального образования по содержанию незначительно отличается от аналогичной дисциплины общего среднего образования. На практике это действительно так, хотя, казалось бы, разнообразие информационных технологий и фундаментальность теоретической информатики дают широкий простор для совершенствования знаний в рамках высшего профессионального образования. Это не происходит по нескольким причинам: многие студенты нашего университета демонстрируют крайне слабые знания по этому предмету, объясняя свое незнание отсутствием или некомпетентностью школьного преподавателя по информатике,

необязательностью изучения этого предмета в школе. Следует также добавить, что углубление знаний в сфере теоретической информатики, читаемой на лекциях, требует от аудитории определенного уровня знаний инновационных технологий и компьютерной лингвистики, которого у студентов нашего университета первого курса просто нет. Необходимо учесть, что планируемое изучение специальных пакетов прикладных программ, ориентированных на будущую профессию, имеет ограничение в связи с отсутствием у студентов знаний в профессиональной сфере.

В учебных планах нашего университета желательно организовать поэтапное изучение информационных технологий: на первом курсе знакомство с инструментарием, а на старших курсах – методики использования информационных технологий для решения реальных профессиональных задач. Выглядеть это может следующим образом: **первый этап** – получение на первом курсе практических знания в сфере информационных технологий при знакомстве с пакетом программ общего назначения, входящего в состав Microsoft Office – MS Word, MS Excel, MS Access, MS Power Point (ибо не вызывает сомнений полезность этих знаний и навыков, которые используются в дальнейшем студентами для подготовки текстовых документов, рефератов, курсовых и дипломных проектов, научных статей, создания презентаций своих творческих работ). **второй этап**: на старших курсах, когда осуществляется освоение специальных педагогических и языковых дисциплин, в образовательных стандартах МГЛУ ввести дисциплины, предполагающие изучение информационных технологий в профессиональной деятельности. Таким образом, в настоящее время для подготовки высококвалифицированных специалистов – выпускников нашего университета, способных соответствовать требованиям современного рынка труда, по нашему мнению, необходимо вывести подход по изучению информационных технологий на более высокий качественный уровень.

Н. Г. Швец

ФОРМАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОСНОВНОГО СОДЕРЖАНИЯ ТЕКСТА

Одной из характеристик текста является наличие в нем единого содержания.

Основное содержание текста – это совокупность знаменательных слов, несущих основную семантическую нагрузку в тексте, формирующих в сознании адресата то же представление об описываемом фрагменте ситуации, которое вложил в текст автор.

Текст создается как некоторое сообщение о предметах и явлениях действительности, отражающее отношение к ним говорящего и рассчитанное на оказание определенного воздействия на принимающего это сообщение. Соответственно этому в семантике сообщения исследователи выделяют план содержания, отражающий взаимосвязь явлений и предметов действительности, и план смыслов, выражающий отношение личности к этим предметам и явлениям, учитывающее мотивы восприятия.

В ходе исследований было установлено, что для адекватного формального представления основного содержания, или темы текста, необходимо оперировать не отдельными словами, а определенным набором ключевых слов. Исходя из этого, набор ключевых слов представляется в виде специальной таблицы основного содержания текста (ТОС), в которой перечислены главные опорные слова текста (ГОС) и второстепенные опорные слова текста (ВОС). В ТОС в соответствии с предметными свойствами своих референтов ГОС и ВОС образуют группы опорных слов – субъектов, объектов, признаков, действий, слов-мест и слов-времени. При этом используется статистический метод выбора опорных, или ключевых слов, характеризующих основное содержание текста. При таком подходе основными критериями выделения опорных слов текста являются абсолютная частота употребления знаменательного слова (с учетом всех его возможных синонимов и замен) и количество абзацев, в которых встретилось слово. Этот метод определения основного содержания текста взят за основу в нашем исследовании.

Слова, выражающие наиболее важные для текста понятия, как правило, употребляются в нем неоднократно. По мнению некоторых исследователей, частота употребления знаменательного слова (с учетом его семантических эквивалентов) свидетельствует о важности обозначаемого им понятия для данного текста, коррелирует с семантической (тематической) нагрузкой данного слова и может быть использована для определения темы текста.

Однако частота употребления лексической единицы в тексте не всегда может быть однозначным параметром, так как признак частотности ключевого слова не является превалирующим. В целях получения более качественного результата при выявлении основного содержания текстов рекламных объявлений мы использовали комбинированный подход, сочетающий в себе элементы статистического и позиционного методов извлечения ключевых слов из текста.

Одним из примеров позиционного метода является метод ключевых слов в заголовке. При использовании данного метода составляется список опорных слов из заголовков, исходя из предположения о том, что в них должны быть отражены основные положения документа. Заголовок занимает одну из самых «сильных» позиций в тексте, фиксирует внимание на его важнейших аспектах. В заголовке обобщается существенная информация текста и имплицитно (или эксплицитно) присутствуют ассоциативные связи с другими фрагментами текста, поэтому заголовок является информационно-значимым элементом текста. Лингвистические исследования подтверждают высокую информативную значимость заголовков, заключающуюся в способности в концентрированном виде выражать содержание текста.

Процедура выделения ключевых (опорных) слов предполагала несколько этапов.

На первом этапе для каждого исследуемого текста РО был построен алфавитно-частотный словарь. В нем приведены алфавитные списки лексических единиц текста с указанием частоты употребления каждого слова в абзаце и в тексте.

На втором этапе анализа из словаря анализируемого текста были удалены все служебные слова, а также все знаменательные лексические единицы с частотой употребления, равной 1, кроме того были объединены синонимы и грамматические формы одного и того же слова посредством суммирования частот их употребления в тексте. Оставшиеся лексические единицы текста составили словари потенциальных опорных слов.

На третьем этапе анализа для каждого слова словаря потенциальных опорных слов был подсчитан коэффициент важности слова в тексте по формуле $K_{\text{важ}} = (F_{\text{хm}}) / (N_{\text{хn}})$, где F – абсолютная частота употребления каждого слова в тексте, в которую входит суммарная частота всех типов синонимов этого слова и местоименных замен; m – количество абзацев, в которых встретилось слово; n – общее число абзацев в тексте; N – общее число слов в тексте.

Этот коэффициент является основным критерием определения «степени важности» слова для содержания всего текста, в структуре опорных слов которого имеется определенная иерархия. Наиболее частотные из них (с учетом их синонимов и местоименных замен) и встречающиеся в наибольшем числе абзацев являются *главными*, так как определяют основной предмет сообщения. *Второстепенные* опорные слова связаны с главными, но встречаются с меньшей частотой и в меньшем числе абзацев.

На четвертом этапе анализа были вычислены критические значения коэффициентов важности, которые позволили формальным способом отделить главные и второстепенные опорные слова.

На пятом этапе анализа были получены таблицы основного содержания для каждого исследуемого текста, которые были дополнены ключевыми словами из заголовков (КСЗ) соответствующих текстов рекламных объявлений. В таких таблицах опорные слова в соответствии с предметными свойствами своих референтов в общем случае могут быть разделены на следующие группы: слова-объекты; слова-признаки; слова-действия; прочие слова.

Преимущество данной методики определения основного содержания текста состоит:

- 1) в возможности классифицировать слова конкретного текста в зависимости от степени их важности для семантической структуры текста по нескольким группам,
- 2) в ее применимости к текстам с разным количеством абзацев.

A. Shevel, R. Eckhart

THE POSSIBILITIES OF ONLINE INFORMAL LEARNING OF ENGLISH FOR DIGITAL NATIVES

Online informal learning of English is one of the most important trends to follow and be aware of. Whether teachers are paying attention or not, their students are spending a lot of time on the internet watching all sorts of English-language content.

If the content that students are watching (or creating) is associated with the internet, we can call these activities online. Any resources that are accessed via the internet are categorized as online resources. If activities utilizing these resources are not required by teachers, we can call them informal. Most of the time, teachers will require students to do homework in English. This is an example of formal learning. But if the English language learner (ELL) undertakes activities voluntarily, without requirement from a teacher, it is informal. Finally, if there is any language acquisition happening at all, which surely there is, we can call this learning. Sometimes the learning is completely passive, in terms of just listening to music, or sometimes the ELL uses a dictionary, looks up words, and is very deliberate about maximizing the opportunity to increase their communicative skills.

In the history of language learning, there has always been some technology involved. At first, maybe an ELL could go to their local library and listen to foreign language recordings of songs or plays or films. This would give them a chance to hear native speakers using foreign languages. The words and phrases might be rehearsed and not very natural, but the pronunciation would hopefully be authentic. Then, schools and institutions of higher learning often acquired funding to create their own 'language labs'. In these labs, an ELL might be required by their teacher to go a certain number of times each week and listen for a certain minimum of minutes each time. The teacher would usually select the content and the student might or might not be engaged by it. It was a one-size-fits-all approach to exposing students to pre-recorded segments of native pronunciation. The next evolution were curricular materials that students could buy which included cassette tapes. Again, these were samples of pre-recorded pronunciation but now the ELL could listen at home, which was more convenient. But these pre-recorded segments of speech were pre-written, rehearsed, and staged. They were not authentic or natural communication, which is what they tried to be. With the advent of the World Wide Web (WWW), it became even easier for ELLs to access samples of native speakers, but most of this was still asynchronous – an ELL in one part of the world merely listening to a native speaker in another. YouTube is the best example of this and the best aspect of YouTube is that anyone can become a YouTuber and therefore the sound and video recordings are not scripted and rehearsed. In many occasions, like with video gamers, the language is natural and spontaneous. This is a tremendous advantage to an ELL trying to hear how actual native speakers use the language in a natural context. And ELLs could choose any context they wanted because of the wide variety of YouTubers creating content about every interest, subculture, and hobby. This continues to personalize and individualize the language-learning experience. But the real breakthrough came with the advent of Massively Multiplayer Online (MMO) games, where people around the world could be participating in a game in English with native speakers – listening to and speaking English while having fun.

For people who like video games, there are at least 2 ways to combine an enjoyable activity with language practice.

The more proactive, but less accessible way would be to play video games yourself and practice reading and listening comprehension skills by paying attention to the story in the game, which would usually be presented in written form as well as audio, or use the text or voice chat features of online multiplayer games.

The other option is using online video-sharing platforms like YouTube (which is mostly used for uploading pre-recorded videos) and Twitch (which is a live streaming platform), as both of them are full of video gamers uploading different content daily, most of it in English. Many people who are interested in games come to a channel to learn how to get through a difficult part in a game or simply to watch something they can't play themselves, and they stay for the personality of the content creator.

Since the videos are unscripted and online influencers are very seldom trained actors, watching content on YouTube provides a unique opportunity to hear native speakers in a very relaxed, casual setting, and to learn the peculiarities of grammar and vocabulary usage in informal English, as well as proper inflection. This stands in direct contrast with the scripted, rehearsed language samples that ELLs formerly listened to from language tapes and language labs.

Which is more, there is usually an online community of people who follow a content creator, making it very easy to find people to interact with on the basis of shared interests. It can be done through the comment section on YouTube itself (or the live chat on Twitch), or through other websites such as Twitter, Tumblr, or Discord, which encourage further practice of language through communication. These sorts of actual language usage, based on a subject of individual interest, are quite unlike ELLs being asked by their language teacher to write a composition about a topic they may or may not be interested in.

Websites like Twitch and YouTube are becoming increasingly more popular each year. According to recent statistics, Twitch is the 37th biggest website on the world, making it the No.1 live streaming platform on the planet. Despite originating in the USA, only about 20 % of its traffic comes from the country, and surprisingly, the second largest portion of traffic comes from Russia (6–7 %). The vast majority of broadcasts on Twitch are in English and streams in English gather the largest viewership service-wide.

When it comes to Belarus, Twitch is extremely popular as well, holding the 33rd position on the list of most popular websites. In a surprising turn of events, YouTube actually comes in 2nd, pulling in more Belarusian traffic than even Google (although that can be attributed to Google having different domains – Google.com & Google.by), Facebook, and Instagram.

And when you look at the trends in gaming, it comes as no surprise that video games have helped their players significantly better their English speaking and comprehension skills. For years MMOs (massively multiplayer online games) and MOBAs (multiplayer online battle arena games), like World of Warcraft, League of Legends and Dota 2, have been played by millions of people around the world, and in recent years a genre by the name of battle royale multiplayer games has

emerged and took the video gaming industry by storm with such titles as PUBG and Fortnite becoming some of the biggest names in pop-culture, sometimes drowning out the more traditional medium of entertainment that is cinema. Those games encourage and sometimes even demand communication between players through text or voice chat features that the games have, thus engendering the advancement of language (mostly English) skills of the players.

To sum up, it seems there has never been a better time to be an English Language Learner than the 21st century. There is an infinite amount of natural and authentic English-language content available for ELLs to engage with and participate in the creation of. No longer do language learners need to be passive parts of this process, but through online communities on platforms such as Twitch, Twitter, and Tumblr, ELLs can, literally, get off the bench and get into the game and succeed according to their own level of engagement.

КОНТРАСТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕРМАНСКИХ И СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

О. А. Артемова

ДЕЙКСИС И КОММУНИКАТИВНЫЕ НЕУДАЧИ

Неотъемлемым компонентом человеческой деятельности, познания и общения является дейксис, осуществляющий указание на субъектно-пространственно-темпоральные параметры коммуникации и обеспечивающий успешное взаимодействие собеседников. Аномальное употребление и интерпретация прагматических дейктических маркеров, формирующих общую пресуппозицию высказывания, приводят к коммуникативной неудаче. Согласно О. Н. Ермаковой и Е. А. Земской, *коммуникативная неудача* – неосуществление или неполное осуществление коммуникативного намерения говорящего вследствие неадекватной вербальной или невербальной реакции со стороны партнера по коммуникации. Материалом для исследования послужили контексты из художественных произведений на белорусском и английском языках из белорусского подкорпусов Национального корпуса русского языка [НКРЯ], Британского национального корпуса [BNC] и интернет-ресурсов. С целью интерпретации результатов исследования нами была использована модель речевого акта Л. В. Кожуховой («Речевой акт обращения») для репрезентации функционирования дейктической единицы с включением следующих блоков: 1) дейктическая пресуппозиция адресанта с оценкой ситуации, места и времени речевого события, ролей и статусов участников, степени включенности предмета речи и адресата в личностную сферу адресанта, его фоновых знаний и самооценки своего образа; 2) интенция адресанта; 3) пропозиция высказывания; 4) пресуппозиция адресата; 5) перлокутивный эффект как достижение желаемого результата коммуникации.

Совпадение дейктических пресуппозиций адресанта и адресата приводит к соответствию перлокутивного эффекта ожиданиям адресанта, подтверждению его коммуникативной гипотезы и признанию акта коммуникации успешным, о чем свидетельствуют гармоничное внутреннее состояние адресата и его ответный коммуникативный акт. Расхождение дейктических пресуппозиций адресанта и адресата приводит к отсутствию перлокутивного эффекта как невосприятию адресатом иллюкуции высказывания адресанта и коммуникативной неудаче с последующей корректировкой исходной коммуникативной гипотезы адресанта или выдвижением новой. Например, в контексте *Я ведаю, бо бачу яго толькі я і часам яшчэ ахмістрыня. Берман бачыў яго. – Каго “яго”?* (У. Караткевіч. «Дзікае паляванне караля Стаха») [БПНКРЯ] 1) адресант осуществляет указание на предмет речи при помощи личного местоимения 3-го лица *ён*; 2) его интенцией выступает подтверждение факта, известного адресату; 3) пропозиция свидетельствует о достоверности

увиденного адресантом; 4) дейктическая пресуппозиция свидетельствует об отсутствии предварительной осведомленности адресата о предмете речи, что приводит к 5) несовпадению дейктических пресуппозиций адресанта и адресата по причине расплывчатости референта, выраженного местоимением 3-го лица, отсутствию перлокутивного эффекта и выдвижению новой гипотезы адресата о предмете речи в форме квестисива *каго «яго»?*.

Рассмотрим возможные варианты расхождения прагматических дейктических пресуппозиций адресанта и адресата, приводящие к коммуникативным неудачам. Как показал анализ фактического материала, в большинстве случаев (55,1 %) коммуникативные неудачи обусловлены утратой пресуппозиций, выраженных лексическими маркерами личного дейксиса – личными местоимениями 3-го лица. Они указывают на лиц, прямо не участвующих в речевом событии. В этом случае для осуществления дейктической функции необходимо наличие общего фонда знаний участников и дополнительных сведений об объекте указания. Следовательно, для корректировки субъекту речи необходимо произвести дополнительную конкретизацию референта маркера личного дейксиса 3-го лица, как в следующих примерах: *Размяклага Ігара Львовіча трымаць было цяжскавата, я апусціў яго на падлогу. Адчыніце, яго спаць трэба на класці! Пачуўшы незнаёмага, за дзвярыма трохі памаўчалі. – Каго яго? Тэмбр голасу на маё здзіўленне раптам скінуўся з візготкі да зусім нармальнага. – Ігара Львовіча, каго яшчэ... – А, Ігара... (У. Някляеў) [БПНКРЯ]; “Oh my God!” Eden suddenly exclaimed, “**they**’re lifting us out by helicopter!” The realisation seemed to revive her. She moved closer to where Jonte was sitting, and began talking in a rapid whisper <...> Eden, it seemed to Jonte, had raised rather a lot of questions. He decided to ask the one he felt the most important: who were “**they**”? (G. Anthony. Fear no more) ‘«Боже мой!» – вдруг воскликнула Иден, «**они** поднимают нас на вертолете!» Осознание происходящего, похоже, оживило ее. Она приблизилась к тому месту, где сидел Джонте, и начала говорить быстрым шепотом. <...> У Иден, как показалось Джонте, было много вопросов. Он решил задать вопрос, который считал самым важным: кто были «**они**»?’.*

Мы, вслед за Е. А. Поповой («Причины коммуникативных неудач в англоязычной диалогической речи»), апробировавшей метод когнитивного моделирования коммуникативных неудач в англоязычной диалогической речи, представляем процесс обработки прагматических пресуппозиций адресатом в данных примерах в виде когнитивной модели PPP → ?, где PPP (Pragmatic Personal Presupposition) – прагматическая пресуппозиция лица, → – процесс семантического вывода имплицитной информации, ? – непонимание данной пресуппозиции адресатом.

Второе место по частотности (26 %) занимают случаи некорректной интерпретации прагматических пресуппозиций, основанных на пространственном дейксисе, как в следующем примерах: *А як там наш хлопчык? – Дзе там?... – Выбачай... (У. Някляеў. «Лабух») [НКРЯ]. “Mammy, do you hear **that**?” “Hear **what** child?” Fannie moved closer to her mother and said, “It’s somebody else coming!” (С. Arbogast. «Hobnail») ‘«Мамочка, ты слышишь **это**?»*

«Слышишь **что**, милый?» Фанни подошла ближе к матери и сказала: «Кто-то идет!»'. Процесс обработки данного типа пресуппозиций можно представить в виде когнитивной модели $PSP \rightarrow ?$, где PSP (Pragmatic Space Presupposition) – прагматическая пространственная пресуппозиция, $\rightarrow$ – процесс семантического вывода имплицитной информации, ? – непонимание данной пресуппозиции адресатом. Это связано с наличием указательного наречия *там* и указательного местоимения *that*, вводимых адресантом без соответствующих референтов, что затрудняет или делает невозможным адекватную интерпретацию высказывания адресатом. Более того, непонимание может быть обусловлено отличием перцептивных возможностей участников коммуникации и, как следствие, нахождением различных явлений в фокусе внимания собеседников, что приводит к утрате адресатом прагматических пресуппозиций, заложенных говорящим.

Аномальная интерпретация темпоральных прагматических пресуппозиций (18,9 %) обусловлена расплывчатой референцией и ономаσιологической неопределенностью дейктических маркеров, вследствие чего слушающий вынужден осуществлять поиск референта среди лексических микро- и макропоказателей времени одновременно, что приводит к аномальной трактовке высказывания, как в следующем контексте: *“Tigger,” he [Piglet] said solemnly, “what happened just **now**?” “Just when?” said Tigger a little uncomfortably* (A. A. Milne. «The House at Pooh Corner») ‘– Тигра, – сказал он [Пятачок] торжественно, – будь любезен, объясни нам, что **сейчас** произошло? – Когда **сейчас**? – ответил Тигра, слегка смутившись’ [НКРЯ]. Этот случай можно представить когнитивной моделью $PTP \rightarrow ?$, где PTP (Pragmatic Time Presupposition) – прагматическая темпоральная пресуппозиция, $\rightarrow$ – процесс семантической интерпретации ? – непонимание адресатом темпоральных пресуппозиций, заложенных говорящим.

Таким образом, факторами, обуславливающими возникновение коммуникативных неудач в дискурсе, являются частичное или полное несовпадение прагматических персональных и темпорально-пространственных пресуппозиций участников коммуникации, возникающих вследствие расплывчатости семантики дейктических маркеров. Непонимание дейктического маркера компенсируется контекстом или фоновыми знаниями собеседников.

А. С. Баханович

ПРИЕМ ГИПЕРБОЛИЗАЦИИ КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ ИРОНИЧЕСКОЙ ОБРАЗНОСТИ В РАЗНОСТРУКТУРНЫХ ЯЗЫКАХ

Ирония – полиаспектный феномен, являющийся важным атрибутом речевого поведения. Вследствие плюрализма научных взглядов в лингвистике и смежных областях научного знания правомерно рассматривать данное явление как вид комического и трагического, интеллектуальную эмоцию, мировоззренческую позицию, эстетический способ рефлексии, особую модальность, форму языковой игры, стилистический прием-троп.

Обобщая определения иронии данные Т. Ф. Лимарёвой, А. В. Сергиенко, О. Г. Петровой, Д. Мюкке, С. Аттардо, мы пришли к выводу, что это средство реализации субъективно-оценочной модальности, а также сложная лингвистическая и эстетическая категория, в которой подлинное или подразумеваемое содержание намеренно актуализируется через несовместимое с ним, показное и притворное значение.

Проблему определения способов создания иронии можно по праву считать одним из фокусов в парадигме современных гуманитарных наук. Ирония может передаваться средствами образности, такими как: сравнение, антифразис, антитеза, метафора, аллюзия и т.д.

Прием преувеличения, или гиперболизации, превалирует по численности среди языковых механизмов создания иронии. Рассматривая основные номинации гиперболы, следует обратиться к мнению авторитетных лингвистов. Согласно определению О. С. Ахмановой *гипербола* – это «фигура речи, состоящая в заведомом преувеличении, усиливающем выразительность, придающем высказываемому эмфатический характер». Базируясь на высказывании Горького про то, что «подлинное искусство обладает правом преувеличивать», академик В. В. Виноградов указывает, что «гипербола – это закон умения, доводящий до большей ясности и отчетливости то, что собственно присутствует в жизни в рассредоточенном облике». А. А. Потебня также подчеркивает особенность гиперболы и утверждает, что она «есть результат некоторого опьянения чувством, мешающего видеть вещи в их настоящих размерах». Основываясь на классификации гипербола представленных в труде А. Белого «Мастерство Гоголя» мы выделяем следующие их типы: количественная, качественная, дифирамбная и гротескная.

Гипертрофированное преувеличение степени качества до абсурдного используется для усиления выразительности и подчеркивания сказанной мысли в романе Хелен Филдинг «Бриджит Джонс. На грани безумия». Гиперболы с ироническим смыслом, выявленные нами в процессе исследования, в большинстве случаев, можно отнести к гротескным. Рассматриваемая цитата представляет собой сравнение, в котором Бриджит имплицитно ироническую оценку, проводя параллель между собой и «настоящим голово-резом», утрируя степень отрицательного признака в оценивающем взгляде Марка:

“Nothing, nothing,” he said over-calmly and pleasantly, as if I were a lunatic standing on a car holding an axe in one hand and his wife's head in the other ‘«Ничего, ничего,» – как-то слишком спокойно и мягко сказал Марк, будто я буйнопомешанная, стоящая перед ним на крыше машины с топором в одной руке и головой его жены в другой’.

В следующем примере именно выразительный генитив *the entire might of the British Passport Office* ‘вся мощь британской паспортной службы’ вербализуется Бриджит с таким преувеличением, за счет прилагательного *entire* ‘весь, всеобъемлющий’, что усиливает гротескность ситуации и является каузатором порождения иронического смысла с семантикой язвительного упрека в сторону неуместного упрямства своей инфантильной матери:

*It became increasingly clear that **the entire might of the British Passport Office** was not going to be much of a match for Mum and the old photo* ‘Мне становилось все яснее и яснее, что вся мощь британской паспортной службы – ничто по сравнению с желанием моей мамы сохранить старый паспорт со старой фотографией’.

В бестселлере Софии Кинселлы «Шопоголик на Манхэттене» качественная (образная) гипербола-дифирамб насыщена ироническим смыслом и близка к антифразису, свидетельствующему о критически-насмешливом отношении Ребекки Блумвуд к банковскому клерку Дереку Смиту. Гиперболический эффект создается благодаря использованию качественного прилагательного в превосходной степени *the best bank manager in the world*:

*I should, however, be grateful if you refrained from referring to me personally on your television show as “Sweetie Smeathie” and “**the best bank manager in the world**”* ‘Все же должен просить Вас больше не упоминать обо мне в своем утреннем телешоу, называя меня «милашкой Смити» или «лучшим банковским клерком в мире»’.

В произведении Стивена Фрая «Гиппопотам» гиперболы, выражающие ироническое отношение говорящего к объекту высказывания можно обнаружить в описаниях персонажей. Представленное описание-характеристика примечательно наличием гиперболы, реализующей иронию Теда по отношению к бывшему другу лорду Майклу Логану. Преувеличивая власть Майкла над своим семейством, а также подчеркивая тот факт, что рычагом давления является его харизма, автор присваивает выражению оттенок неправдоподобности и алогизма. Сравнение *charisma that he gives out so unsparingly and so unceasingly much as weightlifters and literary editors give off BO* ‘Майкл испускает радиолучи харизматичности с такими расточительством и неустанностью, с какими портят воздух штангисты и литературные редактора’ являет собой образную качественную гиперболу, раздвоенную на гротеск и дифирамб, а также интенсифицированную за счет наречий: *unsparingly* ‘беспощадно’, *unceasingly* ‘беспрерывно’:

*<...>...his power within his family and his power over his family and the great radio beams of pure sodding charisma that he gives out **so unsparingly and so unceasingly much as weightlifters and literary editors give off BO*** ‘<...>...власти, которой он обладает в своей семье, власти над семьей и колоссальным радиолучам чистой воды харизматичности, которые Майкл испускает с такими расточительством и неустанностью, с какими портят воздух штангисты и литературные редактора’.

Сергей Давидович в сборнике рассказов «Развод по-славянски» также демонстрирует пример образной гиперболы, которая становится средством создания ироничной образности. Наречие *смяртэльна* приобретает функцию антифразиса, имплицитный смысл которого контрастирует с изложенным. Данная ироническая оценка *смяртэльна хворы* представляет собой насмешливый упрек в адрес мужа-алкоголика. Восклицательное высказывание: *у гарэлыцы вялікая ратавальная моц* – пример гиперболизации целого пред-

ложения, в котором положительное значение прилагательного *ратавальная* порождает полярно противоположную импликацию, что свидетельствует об иронической двуплановости:

– *Ці ж я часцей ці болей п’ю за астатніх? – спрабаваў астудзіць Мацей жонку. – Усяго сем разоў на тыдзень! <...>*

– *Ты ж у мяне смяртэльна хворы, ляжы роўненька! – І жонка набрала нейкі нумар тэлефона.*

<...> – У гарэлы вялікая ратавальная моц! – казаў доктар Аліне.

В повести Алены Браво «Комендантский час для ласточек» совкубинка Алеся обращается к социалистической реальности эмигрантской жизни. Она дает насмешливый комментарий относительно кубинского такси, сравнивая его с транспортом из советских фильмов. Девушка эксплицирует отрицательную деонтическую оценку, которая возникает на контрасте гиперболизованных признаков внешнего вида автомобиля, не отвечающих общепринятым нормам, и ее видении эталона. Продукт автопрома она описывает при помощи лексемы с яркой отрицательной коннотацией – *калымага*, ироничность которой придает эпитет *ашаламляльны*, в структуре значения которого уже заложено преувеличение, поэтому он служит сигнализатором гиперболы и доводит иронически утверждаемое явление до в высшей степени преувеличенных размеров, усиливая чувственную окраску предложения:

Пакуль мы ехалі з порта ў таксоўцы – ашаламляльная калымага вытворчасці няцідзесятых (далібог, як у старых замежных фільмах, вось толькі без шкла і дзверцаў!) пагражала разваліцца на ходу.

В ходе проведенного анализа иронических контекстов были сделаны следующие выводы: 1) прием преувеличения нередко используется на страницах белорусской и английской прозы, так как гипербола обладает необходимым стилистическим потенциалом, экспрессивностью и в полной мере способна интенсифицировать авторскую иронию по отношению к объекту речи; 2) гипербола способна смешиваться с иными стилистическими приемами, образуя гиперболические сравнения, эпитеты; 3) ирония имеет национально-своеобразный оттенок, что доказывают примеры, которые демонстрирует более очевидную комичность для представителей белорусскоязычной культуры, однако вместе с этим присутствуют и интернациональные черты иронической образности, вследствие чего явления подвергаются безнациональному осмеянию.

О. О. Графутко

СРЕДСТВА ПЕРЕДАЧИ ЭМОЦИЙ ВТОРОГО ЛИЦА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

Эмоции – неотъемлемый компонент коммуникации, а умение не только транслировать собственные переживания, но и верно интерпретировать чувства собеседника являются залогом ее успешности. В своей речи говорящий может вербализовывать как собственные эмоции (*I admire you so much*

‘Я так вами восхищаюсь!’), так и эксплицировать эмоции собеседника (*Дарэмна ты так распаляешся*) или лиц, не участвующих в диалоге (*Разлавай ён гэтую п’яную хеўру*). Под эмоциями второго лица в данном исследовании понимаются эмоции адресата, лексически эксплицированные в высказываниях адресанта. Такие эмотивные высказывания формально маркированы местоимениями «ты/вы» и/или соответствующими глагольными формами. Эмотивными будем считать высказывания о чьих-то эмоциональных переживаниях, содержащие лексику, называющую, описывающую или выражающую эмоции. Таким образом, цель данного исследования – выявить средства представления говорящим эмоций собеседника в диалогическом дискурсе. Материалом послужили современные романы белорусских и американских писателей (Л. Шрайвер. «The New Republic», Дж. Франзен. «Purity», М. Южик. «Перакулены час», «Марыянеткі і лялькаводы», М. Клімковіч, У. Сцяпан. «Цень анела»).

Анализ показал, что наиболее частотным лексическим средством передачи в речи говорящего эмоционального состояния собеседника являются единицы, называющие эмоции: 90,78 % от всей выборки на английском языке и 77,69 % на белорусском. Из них номинанты эмоций составили 15,67 % от всех англоязычных и 9,23 % от всех белорусскоязычных единиц: *When you arrived here, you ... had contempt for their intolerance* ‘По приезде сюда ты ... презирал их нетерпимость’; *У цябе ж рукі ад шалу калоцяцца*. К средствам косвенного названия были отнесены 75,11 % англоязычных и 68,46 % белорусскоязычных лексем: *If Saddler had confessed ... would you be this irate?* ‘Если бы Сэддлер признался, ... ты был так злился?’; *Што, бацька, сапраўды ёсць у цябе грашок, калі так раз’юшыўся?*

Единицы, описывающие эмоции, составили 4,15 % англоязычной выборки и 18,46 % белорусскоязычной: *I wish you’d have the decency to sneer at me behind my back* ‘Жаль, что тебе не хватает совести насмехаться надо мной за глаза’; *У Польшчу да дзеўкі ехаў? Ну ладна, ладна, не чырваней*, т.е. носители белорусского языка более склонны отмечать невербальные проявления эмоций собеседника.

Обратимся к средствам выражения эмоций адресата в диалогах художественного дискурса и прагматическим функциям соответствующих высказываний. Говорящий может включать в свою речь оценочно-эмотивные единицы, которые употребляет или подразумевает его собеседник, тем самым выражая ими эмоции адресата, а не свои собственные: *Trudy was a ‘bimbette’; Martha was a ‘cow’* ‘Ты называл Труды *пустышкой*, а Марту – *коровой*’ – выделенные лексемы выражают презрение адресата, а не адресанта; *Для цябе працоўны чалавек – гэта нейкае быдла* – презрение, выражаемое словом *быдла*, испытывает не говорящий, а его собеседник. В англоязычной выборке было выявлено 5,07 % таких единиц, в белорусскоязычной – 3,85 %.

Анализ частеречной представленности эмотивных единиц показал, что в англоязычной выборке наиболее частотны прилагательные (48,39 %) и глаголы (27,65 %), а в белорусскоязычной — глаголы (70,77 %) и существительные (16,92 %) (Табл. 1). Преобладание прилагательных в материале на

английском языке и глаголов – на белорусском, а также почти полное отсутствие наречий в англоязычной выборке можно объяснить особенностями синтаксических конструкций, по которым преимущественно строятся эмотивные высказывания в дискурсе на двух языках.

Т а б л и ц а 1

Частеречная представленность лексем,
репрезентирующих эмоции адресата в диалогах художественного дискурса

	Англоязычный дискурс, %	Белорусскоязычный дискурс, %
Глагол	27,65	70,77
Существительное	19,35	16,92
Прилагательное	48,39	5,38
Наречие	0,46	4,62
Устойчивое выражение	3,69	2,31
Междометие	0,46	–
	100,00	100,00

Интересным является наличие в англоязычной выборке междометия: *What is so hard about getting someone to show up? – Rowrr!* ‘Неужели трудно организовать, чтобы сотрудники приходили, когда им положено? – Р-р-р-р!’ . Восклицание *Rowrr* выражает не эмоции говорящего, а лишь транслирует злость, которую испытывает его собеседник.

Прагматические функции эмотивных высказываний, передающих эмоции адресата в анализируемых диалогах, и их употребительность приведены в Табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Прагматические функции эмотивных высказываний,
передающих эмоции адресата в диалогах

	Англоязычный дискурс, %	Белорусскоязычный дискурс, %
Констатация эмоции	62,21	48,46
Отрицание эмоции	7,83	–
Призыв испытать эмоцию	3,69	0,77
Призыв не испытывать эмоцию	9,68	44,62
Вопрошание о наличии эмоции	13,36	4,61
Вопрошание об отсутствии эмоции	3,23	1,54
	100,00	100,00

В художественном дискурсе на обоих языках чаще всего адресант констатирует эмоции адресата: *You're more **angry** than careful* ‘Ваша злость

перевешивает осторожность'; *Ты што, не пахмяліўся, Сямён? Як руды сабака злосны*. В ситуациях отрицания эмоции адресат не испытывает данное переживание, хотя, с точки зрения говорящего, потенциальное переживание эмоции закономерно, и, возможно, сам говорящий ее испытывает: *I don't see how you're not afraid of being mauled by the hurón* 'Не понимаю, как ты не боишься, что в тебя вцепится хорек'. В белорусскоязычной выборке подобные примеры не отмечены.

Исходя из собственной эмоциональной компетенции, говорящий может призывать собеседника испытать в ситуации общения ту или иную эмоцию: *Mom, be happy*. <...> *Anabel's fantastic, this is great news* 'Мам, порадуйся за них. Анабель замечательная; это отличная новость'; *Глядзіце, цешцеся, што за жыццё вы нам збудаваці*, причем данная прагматическая функция реализуется не только конструкциями с императивом, но и косвенными средствами: *You can stop being paranoid* 'Можешь завязать со своей паранойей'.

Говорящий может призывать собеседника не испытывать эмоцию по разным причинам — успокоить, подготовить к информации, способной вызвать указанную эмоцию, и т.д.: *"It's embarrassing."* — *"Don't be embarrassed"* 'Вот позор. — Не смущайся.'; *Ты не журыся, што Жэня да цябе так паставіўся*. Примечательно, что в белорусскоязычной выборке данное коммуникативное намерение является вторым по частотности, что можно объяснить стремлением говорящего таким образом проявить к собеседнику эмпатию, участие и сочувствие. Вместе с тем для англо-американской лингвокультуры, являющейся индивидуалистской и уважающей личную неприкосновенность, характерна неимпозитивность, т.е. минимальное коммуникативное воздействие на собеседника.

Спрашивая об эмоциях собеседника, говорящий стремится подтвердить свои догадки для успешного построения дальнейшей коммуникации: *Are you angry at me?* 'Ты злишься на меня?'; *Караль спалохана азірнуўся*. <...> — *Некага баішся?* Если же в вопросе при лексеме, репрезентирующей эмоцию, стоит отрицательная частица, говорящий не только желает удостовериться в отсутствии у адресата данной эмоции, но также имплицитно показывает, что считает вербализуемую эмоцию закономерной и даже необходимой в конкретной ситуации: *You're not happy to hear that?* 'Тебя не радует то, что я сказал?'; *І не сорамна табе?*

Таким образом, анализ выявил, что в художественном дискурсе на английском и белорусском языках наиболее часто эмоциональные переживания адресата реализуются в речи адресанта при помощи единиц, *называющих* эмоции. В англоязычной выборке преобладают прилагательные и глаголы, а в белорусскоязычной — глаголы и существительные, что объясняется тенденциями употребления определенных синтаксических конструкций эмотивных высказываний. Наиболее частотной прагматической функцией анализируемых высказываний является констатация эмоций, а различия в употребительности других прагматических функций обусловлены принадлежностью говорящих к различным коммуникативным культурам.

КОНТАКТОУСТАНОВЛИВАЮЩИЕ ПАРЕНТЕТИЧЕСКИЕ
КОНСТРУКЦИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ НА БЕЛОРУССКОМ
И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В современной медиалингвистике можно считать устоявшимся тезис о том, что в сфере массовой коммуникации речь является не только средством передачи информации об актуальных событиях, происходящих в мире, но и средством управления деятельностью людей: они оказывают влияние на реципиента, убеждая, агитируя, побуждая к действию, запрещая что-либо делать, заставляя отвечать на поставленные вопросы и т.д. Массовая коммуникация характеризуется направленным воздействием на массовое сознание и строго ориентирована на получение адекватного эффекта.

Одним из языковых средств, с помощью которых авторы имеют возможность напрямую обратиться к читательской аудитории, а значит и оказать воздействие на нее, является *парентетическая конструкция*. На сегодняшний день наблюдается разница в подходах к определению понятия *парентеза* и ее статуса. Так, нередко данный термин используется для обозначения стилистического средства и выступает гиперонимом по отношению к грамматическим понятиям *вводная* и *вставная конструкция*. В других научных источниках под иностранным термином *парентеза* понимается вводный элемент в составе предложения, что ставит его в один ряд с вводными словами и предложениями.

На наш взгляд, наиболее полное и однозначно понимаемое определение парентезы было предложено белорусским лингвистом В. Д. Старичёнком в Большом лингвистическом словаре. Согласно данному определению *п а р е н т е з а* – это «вставка внутрь предложения вводных и вставных конструкций с целью показать нарушение хода мысли автора, его отступление от основной темы, внесение в ход повествование дополнительных сведений фактологического и модального содержания». Неоспоримое достоинство такого подхода заключается в том, что, разграничивая понятия вводности и вставочности в принципе, ученый не отождествляет парентезу лишь с одним из них, а также не приписывает ей исключительно стилистическую функцию.

С целью установления роли парентетических конструкций в диалогизации медийного дискурса на белорусском и английском языках нами был проведен анализ очерков и репортажей, отобранных из современной прессы Великобритании и Беларуси («Звязда», «Народная газета», «Настаўніцкая газета», «Культура», «The Guardian», «The Independent», «The Telegraph», «The Observer»).

В ходе исследования было выявлено, что в ряде парентетических конструкций, авторы названных медиажанров в эксплициной форме обращаются к адресату. При этом количество таких конструкций в белорусскоязычном медиадискурсе значительно превышает число рассматриваемых единиц в аналогичных медиажанрах на английском языке (27 % против 9 % от общего

числа выявленных парентетических конструкций на каждом языке). Получение данного результата, на наш взгляд, обусловлено неимпозитивностью (от англ. *impose* 'навязывать'), т.е. недопустимостью или сведению к минимуму прямого коммуникативного давления на адресата.

Ввиду своего основного предназначения – напрямую обращаться к читательской аудитории с целью установления тесного контакта с ней – считаем правомерным назвать такие парентетические конструкции *контактоустанавливающими*. Рассматриваемые синтаксические единицы в материале исследования представлены двумя типами: 1) те, в которых адресат актуализируется посредством глагола в повелительном наклонении, и 2) парентетические конструкции, в рамках которых авторы очерков и репортажей обращаются непосредственно к читателям с каким-либо вопросом. Рассмотрим данные типы более подробно с целью выявления их специфики в контрастивном аспекте.

Парентетические конструкции, относящиеся к первому типу, представлены в медиадискурсе на белорусском и на английском языках. Так, в следующих примерах авторы напрямую апеллируют к читателям, используя для этого парентетические конструкции, содержащие глаголы в повелительном наклонении: *Не так даўно прачытала ў адным з беларускіх выданняў вельмі дзіўнае (мякка кажучы) інтэрв'ю з Маргарытай Церахавай, у якім аўтар прадставіў вядомую актрысу не інакш, як... старую «разваліну» (даруйце, **іншых слоў не падбярэ**), у якой паехаў «дах»*; *All in all a wonderful, magical evening, and great for families (but **don't forget your blanket**)* 'В целом замечательный, волшебный вечер, и отлично подходит для семьи (но не забудьте свое одеяло)'. Такие конструкции позволяют оживить внимание реципиента, поскольку создают впечатление непосредственного живого общения.

Контактоустанавливающие парентетические конструкции, содержащие вопрос, адресованный непосредственно читателю, также встречаются в медиадискурсе на двух языках: *Нарэшце паўсотні гарадскіх выхаванцаў сядзіць у вясковай альтанцы (уяўляеце намер гэтай альтанкі?) на лавах абанал доўгіх сталаў*; *The lower slopes <...> are as likely to have an artificial beach in the basement (don't you think it's crazy?)* 'На нижних склонах <...> вероятнее всего будет искусственный пляж в подвале (вам это не кажется безумием?)'. В обоих примерах парентетические конструкции устанавливают контакт с аудиторией посредством вопросительного предложения, призванного оказать определенное воздействие на адресата – впечатлить, удивить, пробудить интерес к описываемым объектам.

Отдельно отметим, что соотношение рассмотренных типов в рамках одного языка имеет свои особенности. Так, для очерков и репортажей на белорусском языке для установления тесного контакта с аудиторией более характерно использование императивов в рамках парентетических конструкций, в то время как в аналогичных медиажанрах на английском языке ввиду некатегоричности британской лингвокультуры число вопросительных парентетических конструкций превышает количество повелительных.

Безусловно, в современном медийном дискурсе на двух языках представлены и другие средства диалогизации, установления контакта с читателем, а также воздействия на него, однако, на наш взгляд, парентетические конструкции обладают неоспоримым преимуществом и являются наиболее эффективными, благодаря тому, что они позволят обратиться к аудитории на любом отрезке повествования, нарушая при этом только линейность текста, однако не его целостность.

Таким образом, в современном медийном дискурсе как на белорусском, так и английском языках контактоустанавливающие парентетические конструкции представлены двумя типами. Все выявленные расхождения в количестве исследуемых единиц обусловлены, главным образом, принципом неимпозитивности коммуникации, который традиционно относится к национальной особенности англоязычного общения и на уровне вербального поведения проявляется в непрямойности, некатегоричности. Для белорусской лингвокультуры, в основе которой лежат иные социально-культурные отношения, коммуникативное давление на собеседника расценивается как допустимое и естественное, а нередко даже более вежливое и дружественное.

Е. В. Денисова

ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО ЖАНРА «КОМПЛИМЕНТ» НА АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Поскольку основные различия в коммуникативном поведении русской и английской языковой личности объясняются эмоциональностью и эмотивностью их коммуникации, рассмотрим, как проявляется эмотивность в английских речевых актах комплимента.

Англичане часто дают завышенную оценку как собеседнику, так и всему происходящему и наблюдаемому, используя для этого многочисленные суперлативные единицы (*How absolutely marvelous! / You're being extremely kind / That's brilliant. I'm delighted you are coming, that's fantastic*).

Преувеличение, или использование стратегии переоценки, прежде всего, проявляется в широком употреблении англичанами экспрессивных эмоционально-оценочных единиц: *gorgeous, superb, fabulous*, и др.

Интересно отметить, что оценочные реплики, содержащие подобные суперлативные лексемы, часто употребляются при оценке довольно прозаичных вещей, что удивляет русских коммуникантов, не привыкших к подобным преувеличениям: «*Your rice is terrific. It looks incredible*» ‘Твой рис потрясающий. Он выглядит невероятно’ (за столом) и т.п.

К числу наиболее частотных средств выражения эмоционального концепта «комплимент» в английском языке относятся эмотивное прилагательное *beautiful* и предикат общей оценки *good*, интенсификаторы *very* и *so*, междометие *oh* и имена адресатов: «*How nice it smells!*»; «*You look very beautiful in red, minx*».

Для описания восхищения внешностью собеседника в английской коммуникативной культуре говорящий может использовать и целый ряд других прилагательных (*wonderful, graceful, sweet, nice*, и др.): «*You wore such a graceful little garland...*»; «*Your paleness is excellent...*».

В отличие от английской языковой личности, русским коммуникантом значительно реже используется столь разнообразный арсенал эмотивных прилагательных с явно экспрессивной окраской. Чаще употребляются такие эмоционально нейтральные прилагательные, как *хороший, красивый* и т.п. Малоупотребительность в русских речевых актах суперлативных лексем, высоко-экспрессивных языковых средств и элементов переоценки может в какой-то степени являться проявлением их большей искренности, по сравнению с английскими этикетными высказываниями, что, в свою очередь, связано с различиями в демонстрации эмоций русской и английской языковой личностью: *Как она была хороша, как необыкновенно красива!*

Что касается употребления имен адресатов, то, по мнению психологов, человека интересует собственное имя больше, чем что-либо еще. Таким образом, употребление имени собеседника является одним из действенных способов завоевать его симпатию. Это одинаково справедливо и для английской, и для русской коммуникативных культур: «*You're very thorough, Bolo. ...you're doing a very commendable job...*»; «*Светлана, мне бы хотелось, чтобы эту работу выполнили именно вы. У вас это так хорошо получается!*».

В русских речевых актах комплимента часто используются краткие прилагательные. Для таких комплиментов характерно употребление интенсификаторов качества «так», «как», для комплиментов же с полными прилагательными – «такой», «какой». Именно они придают русским комплиментам эмоционально-экспрессивный оттенок и восклицательную интонацию: «*Ты такая добрая, такая чистая...*».

Как в русских, так и в английских речевых актах широко используются качественные прилагательные в сравнительной и превосходной степенях: «*Она была очаровательнейшей женщиной...*»; «*That is the nicest lunch I ever had!*».

Очень часто и в русских, и в английских прямых комплиментах используются распространители, указывающие на время: «*Вы были великолепны, Нина Васильевна. Как всегда*»; «*It was the kindest thing you ever did...*».

Как в русском, так и в английском общении в речевых актах комплимента очень часто применяются глаголы-перформативы. Особенно это характерно для ситуаций общения в официально-деловой, формальной обстановке: «*Поверьте, я ценю ваш ум и деловую хватку*»; «*I admire her taste...*».

Интересны способы выражения положительной оценки чьих-либо достоинств с помощью лексем, выражающих, казалось бы, противоположное положительному признаку значение, например: английские *awful, terrible* или русское – *ужасно*, что выражается в использовании оксюморона, а также многочисленные так называемые лексемы с «женским ярлыком» (*adorable, charming, sweet, lovely, divine*): «*Догадливый ты – ужас!*»; «*She had a terribly nice smile*».

Половой признак также оказывает влияние на языковое оформление русских и английских речевых актов комплимента. В языке мужчин, делающих комплименты женщинам, присутствует эмотивно-оценочная лексика, характеризующая «женственное» начало, а именно: нежность, мягкость, утонченность, изящность и т.п.: «*О, принцесса, надеюсь, я не оскорбил вас своим прикосновением. Простите меня, но это была единственная возможность не допустить падения столь хрупкого существа*»; «*I would tell you how the soft red silk enhances the natural flush of your perfectly sculpted cheeks – cheeks softer than silk, petal-soft...*».

Данный способ комплиментации используется также женщинами по отношению к женщинам и мужчинам. Мужчины же, делая друг другу комплименты, используют лексику иной эмоционально-оценочной тональности, которая характеризуется «мужским» началом, а именно: силой, твердостью, убедительность, рассудительностью: «*Крепкий ты стал, Миколай, заматерел, ...*»; «*...you're doing a very commendable job. Keep up the good job!*».

Для русских женщин особенно характерно применение оценочных прилагательных с уменьшительно-ласкательными суффиксами: «*Тусенька, ... ты очень умненькая... девочка*».

Лексика отдельных речевых актов комплимента заслуживает особого внимания с точки зрения перевода с русского языка на английский и наоборот. Так, в русской коммуникативной культуре очень распространены комплименты, содержащие субстантивы с положительной оценкой (*молодец*, *умница* и другие). «Молодец», помимо английского субстантива ‘*attaboy*’, может переводиться и как ‘*fine fellow*’, ‘*well done!*’, ‘*a good egg*’, ‘*clever cookie*’, ‘*that's a dear!*’ и др.

Аналогичным образом существуют различные способы перевода на английский язык русского субстантива «умница»: ‘*headpiece*’, ‘*clever cookie*’, ‘*brainiac*’, ‘*clever boy (girl)*’, ‘*wise head*’ и др.

При переводе высказываний комплимента с русского языка на английский очень часто используются приемы лексико-грамматической трансформации, приемы грамматической замены: *Время вас не меняет.* – *Age doesn't tell on you.*; *You do a wonderful job as interpreter.* – *Вы такой прекрасный переводчик!*

В подавляющем большинстве случаев в английских речевых актах комплимента зафиксировано употребление полных повествовательных и восклицательных предложений. К основным синтаксическим структурам английского речевого акта комплимента относятся:

- 1) You + to be + Adj./N.;
- 2) You + look + Adj./N.;
- 3) N./Pn. + to be + Adj.;
- 4) What + Adj. N., How + Adj., What + Adj.;
- 5) I like/love...

Аналогична синтаксическая структура русского речевого акта комплимента:

- 1) Ты/вы + прил./сущ.
- 2) Ты/вы + нареч. + выглядишь/выглядите

3) Какой(-ая, -ое) + прил. + сущ./местоим.; как + прил.; так + прил.

4) Мне нравится/ (я) люблю...

Для выражения большей экспрессивности в обеих коммуникативных культурах в комплименте часто употребляются такие стилистические приемы, как гипербола, сравнение, градация. Примером использования гиперболизации могут являться следующие высказывания: «*Ты стала для меня прекрасным воплощением божественной красоты. Холодная и неприступная, как мраморная статуя...*»; «*They are the people, I feel, among whom Shakespeare will be born if he is born again*».

Сравнения могут быть представлены по-разному:

- адресата сравнивают с каким-либо литературным персонажем: «*Царица Савская, – на ухо свистнул один оператор другому, – королева Марго... Ноги – блеск...*»

- адресата сравнивают со знаменитыми людьми, авторитет которых всенародно признан: «*He will definitely be a Shakespeare yet!*».

Примерами градации в комплиментах могут служить следующие речевые акты: «*...I've watched you, and found the girl I've always wanted for my wife. Modest, and brave, dutiful and true, that's what I love*».

Как показывают наблюдения, средства выражения комплимента в русской и английской коммуникативной культурах во многом совпадают. Использование же английской языковой личностью значительно большего разнообразия эмотивов и оценочных лексем объясняется эмотивным характером английской коммуникации. Это не значит, что все английские речевые акты формальны и неискренни, это лишь подтверждает высокую значимость межкультурной компетенции и требует от участников коммуникации и речевых посредников, каковыми являются переводчики, быть предельно внимательными к той коммуникативной ситуации, в которой происходит общение.

Н. В. Егоров

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАТЕГОРИЙ СТРАТЕГИЧНОСТИ И ОЦЕНОЧНОСТИ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ДИСКУРСЕ НА РАЗНОСТРУКТУРНЫХ ЯЗЫКАХ

Дискурс можно справедливо считать центральной категорией бытия человека, «вписывающей» его разнообразную социально-когнитивную деятельность в тексты мировой культуры. Благодаря своей повсеместности каждый его тип создает свою самобытную картину мира в виде систематизированной совокупности знаний об исследуемой человеком действительности, свой набор дискурсивных формул, т.е. определенных оборотов речи, свойственных общению в соответствующей социальной сфере.

Анализ дискурса и его категорий характеризуется разными подходами к его пониманию и уже представлен в ряде исследовательских работ (М. Л. Макаров; В. И. Карасик; Е. А. Кожемякин; И. Г. Шевченко). Тем не менее, научная дискуссия по этому вопросу продолжается. Разграничение и характеристика категорий дискурса делает лингвистов ближе к осознанию сути дискурса, его лингвистической типологизации.

В настоящем исследовании в качестве предмета исследования избраны такие коммуникативно-прагматические категории дискурса, как стратегичность и оценочность, которые анализируются на материале научно-популярных статей на английском и белорусском языках. Выбор указанных категорий для анализа обусловлен тем, что, с одной стороны, стратегичность является базовой категорией дискурса, ведь согласно Т. А. ван Дейку, как порождение, так и понимание дискурса являются именно стратегическими процессами. С другой стороны, оценка имеет особую когнитивную и прагматическую значимость, поскольку она способствует усвоению и систематизации накопившегося опыта, подталкивает к новым научным изысканиям, т.е., иными словами, сопровождает продукт научной мысли на всем пути его порождения, развития и отражения в тексте. Дискурс, по мнению многих лингвистов, представляет собой последовательность или серию взаимосвязанных речевых актов, подчиняющихся определенным закономерностям, которые можно определить как дискурсивные стратегии.

Несмотря на одно из основополагающих требований к авторам медиатекстов – объективность и беспристрастность, в них все чаще находят отражение суждения и оценки как ученых, так и имплицитно выраженные мнения авторов (журналистов), что приводит к субъективизации описания научных знаний. Все это в полной мере отвечает коммуникативным целям, которые стоят перед автором научно-популярного дискурса, – сообщить широкой публике информацию о новых научных знаниях в доступной форме и убедить ее в практической важности достигнутых научных достижений.

Безусловно, процесс порождения научно-популярного дискурса можно считать успешным только при достижении поставленных целей, которые реализуются коммуникативными стратегиями информирования и убеждения. Согласно О. И. Иссерс, под коммуникативной стратегией понимается комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. Стратегия убеждения направлена на доказательство истинности и практической пользы новых научных знаний в доступной для читателя форме. В медийной научно-популярной статье она реализуется посредством акцентуации новизны полученных результатов, апелляции к эмоциям, оценочной тактики и тактики аргументации. Таким образом, взаимодействие категорий стратегичности и оценки в научно-популярном дискурсе можно рассматривать на примере тактик аргументации и оценочной тактики, которые реализуют стратегию убеждения.

Под категорией оценочности в широком смысле понимается всякое отношение говорящего к своему сообщению (Ю. Д. Апресян), в узком смысле – положительное или отрицательное отношение автора к содержанию речи (Н. Д. Арутюнова). В рамках широкого понимания уместным является рассмотрение таких средств выражения оценки, как модальные средства и оценочная лексика.

Оценочная лексика в научно-популярном дискурсе представлена широким набором частных оценок: полезности (*beneficial, useful; карысны*), эффективности (*effective; эфектыўны*), легкости (*easy; лёгка*), простоты

(*simple*; *просты*), надежности (*reliable*; *трывалы*), ясности (*distinct*; *ясны*), быстроты (*fast*; *хуткі*), успешности (*successful*; *паспяховы*), масштабности (*broad*; *буйнейшы*). Стоит отметить, что средства репрезентации категории оценочности на английском и белорусском языках представлены различными частями речи, среди которых чаще всего используются прилагательные, существительные и наречия: *IOTA uses different math from other cryptocurrencies, the **biggest advantage** of which is **faster** transactions than with bitcoin or ethereum* (Popular Mechanics, 04.2018); *Экалагічна ж чыстыя прадукты прыносяць **карысць**, <...> а іх смакавыя якасці **значна вышэйшыя** за традыцыйныя прадукты* (Родная прырода, 12.2017); *Спосаб сувязі <...> можа **паспяхова** вырашыць гэтыя праблемы* (Звязда, 28.06.2018).

Объектом оценки в научно-популярной статье могут выступать следующие аспекты: актуальность и важность научной проблемы, новизна подхода, результаты исследования, их практическая значимость и полезность: *A **novel** procedure seems to revive seriously damaged organs like the heart and brain* (The New York Times, 10.07.2018); *Устаноўлена, што такі комплексны падыход у лячэнні анкахворых **асабліва эфектыўны**, паколькі лекавыя прэпараты <...> здольныя «забіваць» ракавыя клеткі ў хворага* (Звязда, 18.02.2016).

Оценочная тактика ярко вербализуется в ряде заголовков и подзаголовков проанализированных текстов научно-популярного дискурса, что способствует привлечению внимания читателя: *Should We **Kill** Animals to Save Them?* (The National Geographic, 20.2017); *The **Most Important** Technology in Biology Today* (Popular Science, 05.2015); ***Рэвалюцыя** на дарогах* (Звязда, 28.09.2018); *Крыёніка прапануе **новае** жыццё* (Звязда, 31.07.2018).

Тактика аргументации, усиливается оценочными средствами в рассматриваемых языках, вербализуется в виде тезисно-аргументативных блоков, представляющих собой сочетание собственно тезиса и ряда аргументов (контраргументов). Последние содержат фактуально-статистическую информацию, обращение к авторитетному источнику (индивидуальному, коллективному или анонимному авторитету) или мнение автора и призваны обосновать или ниспровергнуть тезис.

При рассмотрении соотношения разумного и чувственного начала в аргументации следует выделить эмоциональную и рациональную оценки. Анализ показал, что американские авторы научно-популярного дискурса отдают предпочтение лексическим единицам эмоциональной оценки (например, глаголы *to unleash*, *to kill*), в то время как белорусские публицисты исповедуют более рационалистический подход (прилагательные *каштоўны*, *істотны* и др.). Например:

Тезис: *Immunotherapy has been making **steady gains** against a number of cancers*. Аргумент (фактуальная информация): *Four such drugs, called checkpoint inhibitors, which **unleash** the patient's own immune system to **kill** malignant cells, have been approved so far*. Контраргумент (фактуально-статистическая информация): *They cost **more** than \$100,000 a year, can have **serious** side effects and help only some patients, generally **fewer than half***.

Аргумент (ссылка на анонимный авторитет): *But when the drugs work, <...> researchers are rushing to find ways to combine treatments to **improve** their effects and to determine which formulation is **best** for each patient.* Аргумент (ссылка на индивидуальный авторитет): *“I’ve been treating lung cancer for 25 years now, and I’ve never seen such a **big** paradigm shift <...>,” said Dr. Roy Herbst, Chief of Medical Oncology at the Yale Cancer Center;*

Тезис: *Адпрацаванае масла – гэта не адход, а **каштоўная** сыравіна.* Аргумент (ссылка на индивидуальный авторитет со статистическими данными): *У працэсе яго **рэгенерацыі** можна атрымаць адноўленае масла, прыдатнае для паўторнага выкарыстання, а таксама іншыя нафтапрадукты ў аб’ёме, які **перавышае** 90 % адпрацаваных адходаў. <...> кошт адноўленага масла на 40–70 % **ніжэйшы**, чым свежага, – падкрэсліў Ігар Сафонаў (дырэктар кампаніі «ДВЧМенеджмент»). – Атрымліваецца, штогод мы нясем **істотныя** эканамічныя **страты**.* Аргумент (фактуально-статистическая информация): *<...> у краінах ЕС перапрацоўка адпрацаванага масла – **прыярытэтны** напрамак палітыкі ў галіне абыходжання з адходамі, і аб’ём яго збору і перапрацоўкі дасягае 70 % (Родная прырода, 06.2018).*

Подводя итоги, отметим четкую связь стратегичности и оценочности как базовых категорий научно-популярного дискурса, способствующих достижению коммуникативной цели рационального и эмоционального воздействия на рядового читателя с целью убеждения в значимости научных достижений. Связующим звеном между указанными категориями дискурса является стратегия убеждения, точнее ее тактики оценки и аргументации, придающие весомость результатам научных исследований и помогающие автору научно-популярного дискурса в построении «моста» в сознании читателя между научными знаниями и их практической реализацией.

Н. Л. Заборонок

ОСОБЕННОСТИ АССИМИЛЯЦИИ НЕМЕЦКОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Ассимиляцией заимствованных слов называется приспособление их в фонетическом, грамматическом, семантическом и графическом отношении к системе принимающего языка.

Степень ассимиляции может быть весьма различной и зависит от того, насколько давно произошло заимствование, произошло ли оно устным путем или через книгу, насколько употребительно слово и т.д.

Примером полностью ассимилировавшихся заимствований могут служить слова, которые даже не ощущаются говорящими как иностранные, вполне соответствуют английской грамматической, фонетической и орфографической системам по формообразованию, произношению и написанию, нейтральны стилистически и могут образовывать производные или сложные слова, т.е. служить базой для словообразования.

Грамматически и стилистически заимствования используются в речи так же, как исконные английские слова. Существительные получают во множественном числе стандартные окончания. В современном английском языке только немногие заимствованные существительные сохранили флексию множественного числа, которую имели в том языке, откуда пришли. Эти частично ассимилированные существительные воспринимаются в речи как слова иностранные и относятся к книжному стилю речи. Некоторые существительные имеют две формы множественного числа. Широкоупотребительные слова имеют только одну форму множественного числа.

Степень фонетической ассимиляции тоже может быть различной. Если в английском языке уже были все звуки, из которых состоит заимствованное слово, то оно воспроизводится довольно точно; если же имелись какие-то звуки английскому языку чуждые, каждый из них заменялся наиболее близким звуком английского языка.

Заимствования также подвергаются орфографической ассимиляции. Сущность графической ассимиляции заключается в воспроизведении графического облика заимствованной единицы орфографическими средствами языка-реципиента. Заимствования, попавшие в английский язык книжным путем, подвержены орфографической ассимиляции в меньшей мере.

Заимствованные слова проходят сложный путь семантического развития. При сравнении значений заимствованного слова с тем, какое оно имело в языке, откуда оно пришло, обычно обнаруживается, что в заимствовавшем языке оно сохраняет лишь часть своих значений, часто одно, и притом не основное, а производное, и нередко становится термином.

Случаи, когда в заимствующем языке слово получает значение, которого оно вовсе не имело в языке, из которого оно пришло, представляют редкие исключения и объясняются дальнейшим развитием значения в заимствовавшем языке, с утратой первоначального значения.

Среди давних заимствований нередко бывает и так, что слово, первоначально заимствованное как термин, в дальнейшем попадает в общелитературный язык и получает более обобщенное значение.

Морфологическая ассимиляция заключается прежде всего в перестройке морфемной структуры слова. Как правило, морфологически сложное заимствованное слово при переходе в новый язык подвергается опрощению и воспринимается в этом языке как простое и непроемное.

Заимствования оказывают весьма существенное влияние на семантическую организацию лексикона языка-реципиента. Под влиянием заимствований уже существующие в языке единицы могут менять значение, доказательством чему служат синонимические пары исконных и заимствованных лексем.

Иноязычные слова, попадая в английский язык, постепенно ассимилируются в нем, подчиняясь его грамматическому, фонетическому и семантическому строю. Степень ассимиляции зависит от исторических условий развития каждого конкретного слова, т.е. от времени заимствования, коммуникативной значимости слова и т.д.

Немецкие заимствования подвергаются определенному влиянию законов английского языка. Это дает возможность говорить об ассимиляции на различных уровнях.

Таким образом, 7 % немецких заимствований сохраняют немецкое правописание, 3 % – имеют варианты написания, 90 % немецких лексем в той или иной степени подвергаются орфографической ассимиляции. Большинство германизмов пишутся со строчной буквы: *bock beer* ‘бок-бир (крепкое пиво)’, *bratwurst* ‘братвурст (немецкое название сосисок для обжарки на сковороде или на гриле)’. Многие приспосабливаются к английскому правописанию:

- u - oo: *Nudel* – *noodles* ‘лапша’, *Pudel* – *poodle* ‘пудель’;
- ü - u: *Bürger* – *burgher* ‘горожанин’;
- ü - ue: *Führer* – *fuehrer/fuhrer* ‘фюрер’;
- ä - a: *Ausländer* – *auslander* ‘иностранец’;
- ä - ae: *Jäger* – *jaeger* ‘егерь’;
- k - c: *Kobalt* – *cobalt* ‘кобальт’, *Klavier* – *clavier* ‘клавиатура, клавишно-струнный инструмент’;
- t - th: *Bismut* – *bismuth* ‘висмут’;
- ö - oe: *Böhmit* – *boehmite* ‘бёмит’;
- z - c: *Zentner* – *centner* ‘центнер’;
- s - ss: *Gneis* – *gneiss* ‘гнейс’;
- v - f: *Leitmotiv* – *leitmotif* ‘лейтмотив’.

Большинство немецких заимствований адаптируются к английскому произношению: *dirndl* ['dɜ:ndl] ‘платье с узким лифом, короткими рукавами, низкой горловиной и широкой юбкой (наподобие платья альпийской крестьянки)’, *diktat* ['diktæt] ‘диктат’.

Около 10 % заимствований сохраняют свое немецкое произношение при условии сохранения немецкого правописания или имеют варианты написания: *bildungsroman* ['bildʊŋzrɔɪ̯ma:n] ‘роман воспитания’, *hausfrau* ['haʊsfrau] ‘домохозяйка’, *einkorn* ['aɪ̯nkɔ:n] ‘пшеница-однозернянка’, *dachshund* ['dæksnd]/['da:kshund] ‘такса’, *torte* ['tɔ:tə]/[tɔ:t] ‘торт’. Однако произношение некоторых немецких заимствований схоже с английским, но не идентично: *blitzkrieg* ['blɪtskri:g] ‘молниеносная война, блицкриг’. Буква «z» в немецком языке произносится как аффриката [ts], которая не используется в английской фонетической системе. Следовательно, немецкий звук не заимствуется вместе со словом.

Следует отметить, что в основном германизмы ассимилируются в соответствии с правилами английской грамматики, а также не сохраняют родовую систему в английском языке.

Так при образовании множественного числа 95 % немецких заимствований принимают английское окончание *-(e)s* : *alpenstock* – *alpenstocks* ‘альпеншток’.

Некоторые немецкие слова могут иметь двойные окончания: возможны и немецкий, и английский варианты: *festschrift* – *festschriften/festschrifts* ‘юбилейный сборник статей’, *pfennig* – *pfennige/pfennigs* ‘пфенниг’.

Всего 3 % германизмов употребляются с немецким окончанием множественного числа: *Herr – Herren, Frau – Frauen, lebkuchen – lebkuchen, Märchen – Märchen, volkslied – volkslieder, wundekind – wunderkinder*.

Среди немецких заимствований в английском языке были выявлены слова, которые пришли в немецкий язык из латинского и греческого языков. Такие слова, как *famulus* ‘ассистент учёного’, *noimēnon* ‘ноумен, предмет, воспринимаемый чисто умственным путем; вещь в себе’ сохраняют свои окончания множественного числа и в английском языке: *famulus – famuli, noimēnon – noimēna*.

Таким образом, имеет место разная степень ассимиляция немецкой лексики на фонетическом, орфографическом, морфологическом уровнях. Процессы ассимиляции этих слов закономерны и обусловлены специфическими особенностями английского языка. Иноязычные заимствования являются одним из важных видов обогащения словарного состава английского языка.

А. Э. Иванов

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ РЕЧЕВОГО ЖАНРА «УТЕШЕНИЕ» В КИНОДИСКУРСЕ

На современном этапе развития общества одной из основных задач лингвистики как науки о языке является определение и выявление наиболее эффективных средств осуществления коммуникации в различных сферах человеческой жизнедеятельности. Достижение целей общения взаимоприемлемыми для коммуникантов средствами принято считать кооперативным типом языкового взаимодействия, в то время как нарушение данного баланса может привести к конфликту, или конфронтации. Основным критерием соблюдения кооперативности или некооперативности общения является его соответствие или несоответствие коммуникативным нормам, формируемым основными прагматическими принципами: Кооперации, Вежливости, Сохранения имиджа и т.д. Целью данного исследования является установление прагматической структуры и выявление основных средств языковой реализации одного из речевых жанров – утешения в разговорном диалоге, а также определения степени его кооперативности в кинодиалогах на английском и русском языках.

Однако для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач, в основе которых лежат вопросы терминологического характера. В частности, следует разграничить следующие понятия, зачастую не совсем четко определяемые в литературе по проблематике исследования, а именно: *речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия и речевая тактика*. Речевой акт, в первую очередь, представляет собой некоторое речевое действие, в то время как речевой жанр относится к сфере результатов некоторых речевых действий, а следовательно, идентифицируется с типом текста (Т. В. Шмелева, О. Г. Почепцов, В. В. Дементьев, И. В. Труфанова).

Речевая тактика непосредственно связана речевым актом, так как в основе данных понятий лежит речевое действие. Их отличие заключается в том, что речевая тактика, в отличие от речевого акта, не рассматривается изолированно, но локализуется в конкретном коммуникативном и социальном контексте и является приемом реализации речевой стратегии. Как указывают в своих работах некоторые исследователи, речевая тактика представляет собой выбор того или иного речевого акта на определенном этапе общения (Н. И. Формановская, И. Н. Борисова). Стратегия в данном случае соотносится с основной целью в рамках конкретного коммуникативного процесса. Из этого следует, что тактика, представленная в более абстрактном плане одним или несколькими речевыми актами, обеспечивает выполнение коммуникативной стратегии и развертывание некоторого речевого жанра.

В научной литературе феномен «утешение» в разной степени соотносится с понятиями *речевого акта*, *речевого жанра*, *речевой тактики* и *стратегии*. При этом в зависимости от степени абстракции при осуществлении речевой деятельности, с нашей точки зрения, правомерным является выделение как тактики утешения, так и частной, или базисной, стратегии утешения в рамках более глобальных, или магистральных, стратегий солидаризации, искренности, вежливости и т.д.

Тем не менее следует более подробно рассмотреть понятие *речевого жанра*. В широком смысле «речевой жанр» можно понимать как определенное языковое воплощение ситуации социального взаимодействия, обладающей типичными характеристиками. В узком смысле, речевой жанр определяется как план, представленный в сознании носителя языка, репрезентирующий одобряемые обществом речевого нормы поведения в той или иной ситуации человеческого взаимодействия (К. Ф. Седов, М. Ю. Федосюк, Т. В. Шмелева).

Рассмотрим несколько фрагментов диалогов на английском и русском языках, демонстрирующих реализацию речевого жанра «утешение».

1. Двое молодых людей, находящихся в близкородственных отношениях, разговаривают о неудавшемся семейном бизнесе.

A: And what if it isn't success? 'А что если ничего не выйдет?'

B: Don't worry. Everything will be all right in the end. And if it is not all right, then it is not yet the end. 'Не беспокойся. В конце все будет хорошо. А если все плохо, значит это еще не конец';

2. Мать одного из участников диалога высказывает свои переживания по поводу переезда сына в другую квартиру:

A: Господи, ты же готовить совсем не умеешь!

B: Теть Нина, вы не волнуйтесь: я к вам на обед из театра приходить буду. Он рядом, с голоду не помру.

Рассматривая утешение как речевой жанр следует отметить, что его основной задачей является стремление облегчить или устранить некоторое психологически отрицательное эмоциональное состояние, в котором нахо-

дится один из участников общения, принести партнеру по коммуникации успокоение. По своей структуре данный жанр может быть признан комплексным, так как зачастую состоит из двух компонентов: косвенного или явного убеждения, побуждения или даже обещания и аргументированного сообщения, как правило, расценивается как речевая экспликация аргументации. Первый компонент рассматриваемого жанра может быть выражен формами побудительного наклонения различных лексико-семантических групп глаголов, а именно: речемыслительной и интеллектуальной деятельности (*подумать, разобратся, понять, забыть; think, get, realise, understand, forget*), качественного изменения или становления эмоционального состояния (*смириться, держаться, беспокоиться, ободриться, расстраиваться, успокаиваться, терпеть; worry, calm down, cheer up, get a grip*), которые могут комбинироваться с отрицательными частицами. Необходимо отметить, что в английском языке чаще, чем в русском, коммуникантами используются модальные глаголы и различные модальные выражения.

В русскоязычном кинодискурсе речевой жанр «утешение» чаще, чем в английском имеет комплексную структуру, т.е. содержит второй компонент, эксплицирующий аргументированную информацию, имеющий эмоциональный или логический характер обоснования. Данная составляющая служит не только оптимальным завершением данного речевого жанра, но и является необходимым, если необязательным его конституентом. Аргументация в данном случае может реализовываться различными приемами: смена фокуса внимания, создания «мы-общности», преуменьшение значения события, призыв к действию, апелляция к положительному опыту, совет и т.д. Коммуниканты – носители русского языка – чаще сопровождают свои вербальные действия невербальными в сравнении с представителями британской лингвокультуры: объятия, похлопывания по плечу, прикосновения, изменения интонации и тембральной окраски.

В результате реализации двухкомпонентной или однокомпонентной прагматической структуры посредством различных языковых приемов, приведенных выше, мы можем наблюдать «выстраивание» всего речевого жанра утешения как результата речевой деятельности, направленной на корректирование и стабилизацию психологического состояния партнера по коммуникации.

В заключение следует отметить, что речевой жанр «утешение», равно как и средства его реализующие, может быть отнесен к сфере кооперативного общения, так как соответствует коммуникативной норме и отвечает определенным этикетным правилам действий в сложившейся коммуникативной ситуации. Речевой жанр «утешение», как определенный тип текста, наравне с тактикой утешения, как определенным типом речевой деятельности, демонстрирует направленность коммуниканта решать задачи общения и достигать результатов обоюдоприемлемыми средствами, что способствует становлению положительного психоэмоционального состояния и дальнейшему укреплению отношений.

РЕАЛИЗАЦИЯ ОППОЗИЦИИ «МУЖСКОЙ – ЖЕНСКИЙ»
В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА БЕЛОРУСОВ И ГОЛЛАНДЦЕВ
(на материале пословиц)

В статье подвергаются анализу некоторые аспекты вербализации гендерных стереотипов на примере белорусских и нидерландских пословиц, определяются универсалии и национальная уникальность пословиц данного типа в языковой картине мира двух народов.

Так, материалы нашего исследования позволили определить некоторые общие черты вербализации гендерных стереотипов в паремиях белорусского и нидерландского языков. Очень близкими по содержанию оказались гендерные стереотипы о выборе жены, личных качествах девушки, отношении к браку как к компоненту развития личности, антиномии доброй – злой жены, оппозиции женщина – черт, сходстве и взаимном влиянии супругов.

Изучение гендерных маркеров в паремиях белорусской и нидерландской коммуникативных культур позволило также выявить некоторые особенности вербализации гендерных стереотипов:

1. Белорусские пословицы (в отличие от нидерландских) определяет более нейтральная контрастивная категоризация мужских и женских качеств: *Мужчынка ўсё ж не тое, што баба*. Нидерландские же паремии содержат убеждение, согласно которому женщина отличается от мужчины значительным количеством негативных характеристик: *Één vrouw is duizend mannen te erg.* – *Одна женщина хуже тысячи мужчин.*

2. Количество белорусских пословиц о суженом значительно превышает количество нидерландских пословиц со схожим значением.

3. Концепт «злой муж» в нидерландской паремиологической картине мира отсутствует;

4. В целом, белорусские пословицы гораздо более терпимо оценивают ситуацию *гаспадар стары, а жонка маладая*;

5. Значительная группа белорусских пословиц описывает девиантное поведение мужчины (преимущественно внебрачные связи) с описанием последствий: потеря собственной семьи, значительное ухудшение материального состояния и др.: *Чужую галубіць – сваю сям'ю згубіць*; *Чужая мяккая падушка на чужой пасцелі лысіну працярэбіць*; *Пайшоў у прочкі, застаўся без сарочкі*.

А также содержит прямой совет: *Не паглядай на чужых жонак: ці скасееш, ці здурнееш*; *Маючы жончыну падушку, чужой мякчэйшай не шукай*; *Сам сябе загубіш, як чужую кабеціну прыгалубіш*.

Пословиц с аналогичным значением не было обнаружено нами в исследуемой нидерландской выборке.

6. Белорусские пословицы отличает несколько более минорный «женский» взгляд на брак: *На дзень вяселле, а навек мучэнне*.

И вербализация представления, в соответствии с которым *З добрым мужам нажывеишся, а з ліхім гора набярэишся: За добрым мужам і варона жона, а за кепскім (благім) і княгіня загіне; Добра будзе – накрусуеишся і напрацуеишся, кепска будзе – накукуеишся і нагаруеишся.*

Нидерландские пословицы отмечают скорее наличие сложных периодов в жизни каждой семьи: *Elk huisje heeft z'n kruisje.* – В каждой семье бывают свои проблемы. В каждой семье бывают сложные времена; *Geluk en ongeluk wonen onder één dak.* – Счастье и несчастье живут под одной крышей. (Толкование: *Ook in het gelukkigste gezin kent men verdriet, heeft men op zijn tijd leed te verwerken.* – Даже в самой счастливой семье бывают сложные времена).

Т. П. Карпилович

АКЦЕНТУАТОРЫ СОДЕРЖАТЕЛЬНО-КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ

В лингвистике текста считается, что информативность – это одна из основных категорий текста, но, наш взгляд, правильнее было бы считать эту категорию характеристикой дискурса, так как она актуализируется именно в процессе создания или порождения текста, то есть в дискурсе. Согласно одной из концепций (И. Р. Гальперин), текст передает два основных типа информации: содержательно-фактуальную (сообщения о фактах, событиях, процессах) и содержательно-концептуальную (передача авторского отношения к сообщаемому). Второй тип информации (далее *концептуальная информация*) извлекается из текста как целого и связан с его основным смыслом (посылком). В большинстве случаев четкая словесная формулировка такого смысла не дается в готовом виде. Вместе с тем можно предположить, что в любом тексте есть некоторые формальные признаки (т.е. выраженные вербально), сигнализирующие о его глубинных структурах, в том числе и об обобщенном смысле.

Вопросы маркирования информации, или акцентуации, выделенности, связаны с решением актуальных проблем когнитивной лингвистики – установлением закономерностей поиска, обработки и передачи информации, а также использования собственно языковых знаний при порождении и понимании дискурса. Акцентуация информации основана на когнитивном феномене *внимание*, который предполагает фокусировку когнитивных усилий на одном из объектов в процессе обработки информации с целью его выделения и опознания. Применительно к дискурсу акцентуация информации, выраженная языковыми средствами и привлекающая внимание адресата, в определенной степени управляет процессом понимания, выделяет в дискурсе не только значимые факты, но и интенции, мнения, оценки (Т. А. van Dijk, Е. А. Кубрякова, Л. Г. Лузина).

Цель настоящего исследования – установление композиционных, лексических, грамматических и стилистических акцентуаторов концептуальной

информации в медиадискурсе на английском и белорусском языках в сопоставительном аспекте. Материал анализа составляют аналитические статьи из американской и белорусской прессы (на белорусском языке).

В когнитивной лингвистике считается, что при любом восприятии субъект разграничивает движущиеся (или потенциально движущиеся) объекты – *фигуры*, и неподвижные объекты, составляющие *фон*, на котором движутся фигуры. При моделировании процесса поиска в дискурсе концептуальной информации целесообразно применить разграничение фигуры и фона к пространству текста, взятого как целостный объект. В медийной аналитической статье заметными фигурами, выступающими на фоне других частей и привлекающими внимание адресата, будут наиболее значимые в информационном отношении композиционные элементы – заголовок, подзаголовок, лид и заключительная часть.

Проведенный в настоящем исследовании анализ показал, что заголовок аналитической статьи в американской и белорусской прессе чаще всего носит тематический характер: «New Deal Economics»; «Bloggers Mugged by Regulators»; «Орша: перезагрузка»; «Студэнт, праблемы?». В подзаголовке основная тема, заявленная в заголовке, может уточняться или расширяться: «У пошуках ведаў». *Чаму вучаць у розных кутках свету?* (Звезда, 01.09.2018). Вместе с тем нередко при тематическом типе заглавия подзаголовок эксплицитно выражает основную идею медиатекста, его посыл – концентрированное выражение концептуальной информации. Например, при теме, заявленной в заголовке «Бітва за папраўкі», подзаголовок является концентрированным выражением смысла всего текста: «*Не*» *жорсткаму Brexit і «бэкстоу»*: *парламент Брытаніі вызначыў далейшы курс выхаду краіны з ЕС* (Рэспубліка, 31.01.2019).

В проанализированном корпусе аналитических статей встретились и рематические типы заголовков, раскрывающие основной посыл текста. Например: «*Recession Over, Pain Remains*»; «*Адзін са складальнікаў поспеху – кадравы патэнцыял*»; «*Лес патрабуе законапаслухмянасці*». Безусловно, для однозначного определения коммуникативного типа заголовка (тематический или рематический) необходимо обращение к полному тексту. Учитывая информацию текста как целого, рассмотрим возможность выявления формальных показателей принадлежности заголовка к рематическому типу, то есть наличия тех или иных языковых единиц, которые с большой долей вероятности маркируют основной посыл медиатекста. Такими индикаторами, как показал проведенный анализ, часто выступают лексические единицы позитивной и негативной оценки, например: «*D. C. School Vouchers Have a **Brighter** Outlook in Congress*»; «*Вучоба можа быць у **радасць**...*». Маркерами основного посыла медиатекста могут служить модальные единицы необходимости и возможности, указывающие на те действия, которые необходимо/можно предпринять государственным, общественным и иным организациям для решения возникших проблем/достижения поставленных целей. Среди модальных единиц необходимости в англоязычном дискурсе наиболее широко представлены модальные глаголы *have to*, *must*, *should*;

в белорусскоязычном дискурсе – предикативное прилагательное *павінен* и предикативные наречия *трэба*, *неабходна*. Среди модальных единиц возможности в англоязычном дискурсе частотным является глагол *can*; в белорусскоязычном – глагол *магчы* и предикативное наречие *можна*. Эти единицы встречаются как в заголовках, так и подзаголовках аналитических статей.

Третий компонент заголовочного комплекса – лид – в большинстве случаев носит характер аннотации, в котором перечисляются основные подтемы последующего текста. Вместе с тем здесь отмечены и обобщающие высказывания, имеющие отношение к концептуальной информации, что акцентируется модальными и оценочными единицами: *Некаторыя прагназуюць, што на асобна ўзятай тэрыторыі пры правільнай рэалізацыі задуманага можна атрымаць эканамічны цуд – маючы на ўвазе падатковыя і іншыя наслабленні* (Звязда, 25.01.2019).

Более детальная репрезентация концептуальной информации происходит по мере развертывания дискурса в вербализации отношения автора и других субъектов коммуникации к описываемым фактам, событиям, проблемам: *Schools and youth groups **should work** to make young adults **more aware** of how **to ace** a personality test. But employers, particularly those hiring teens, **should consider** how much they **rely on** personality tests ...* (USA Today, 05.06.2015); *Сёння **трэба наклапаціцца** пра падрыхтоўку спецыялістаў для розных галін, якія могуць абслугоўваць замежных турыстаў; **Штуршком** для развіцця міжнароднага турызму **маглі б** стаць сумесныя расійска-беларускія маршруты* (Звязда, 31.01.2019).

Помимо оценочных и модальных единиц, концептуальная информация аналитической статьи акцентируется стилистическими приемами выдвижения информации: инверсией, парцелляцией, сочинительными союзами в начале предложения, риторическими вопросами и др.: ***Not only has the government outsourced** auditing to the food industry; the auditors themselves often outsource their vetting to independent contractors ...* (The Seattle Times, 14.10.2012); *Дзяцей нельга перагружаць вялікімі аб'ёмамі інфармацыі. **Іх увагу трэба наспрабаваць** адразу зачачыць* (Звязда, 18.01.2018).

Однако в наиболее концентрированном виде выражение концептуальной информации нередко представлено в заключительном абзаце статьи, что более характерно для белорусскоязычной прессы: *<...> **настаўнікі-метадысты** раяць замяніць рэфераты стварэннем інфаграфікі. Такія візуальныя сродкі можна паспяхова выкарыстоўваць на самых розных прадметах* (Звязда, 18.01.2018). Следует отметить, что основной посыл может быть представлен словами не автора статьи, а других участников медийной коммуникации (государственных и политических деятелей, экспертов, рядовых граждан), что согласуется с требованиями объективности изложения в средствах массовой информации: *«Getting the decision right and getting the most value from your Social Security benefits will be critical to having a good standard of living in retirement», **Jones says*** (The Seattle Times, 20.07.2014); ***Аляксандр Піменаў лічыць, што** менавіта на дзяцей трэба абанірацца пры ўкараненні фарміруючага ацэньвання* (Звязда, 21.11.2018).

В качестве основных различий в двух лингвокультурах установлена более широкая представленность модальных единиц необходимости как акцентуаторов концептуальной информации в белорусскоязычном медиадискурсе по сравнению с англоязычным, а также более высокая частотность языкового воплощения посылы аналитической статьи в заголовке и в ее заключительной части. Выявленные расхождения можно объяснить стремлением белорусских авторов к четкому представлению содержательной структуры медийной аналитической статьи, облегчающему распознавание адресатом его главного смысла.

С. А. Клишевич

ПРИСОЕДИНИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Основными признаками XXI века является появление новых видов коммуникации, порожденных развитием информационных технологий, а также расширение влияния СМИ и виртуальной информации. С этими тенденциями тесно связано возникновение термина *медиадискурс*. В условиях современного общества, охваченного информационным пространством, по словам А. В. Полонского, «ключевым дискурсом, реализующим движение социальной мысли и формирующим концептуальную картину мира человека, становится дискурс массмедиа». На сегодняшний день можно утверждать, что массовая коммуникация ориентирована на живую непринужденную речь, что проявляется в проникновении разговорных элементов различных уровней языка в медиадискурс. Данная тенденция обусловлена стремлением адресанта к выразительности, к созданию эффекта интерактивности, непринужденности, спонтанности, диалогичности. Разговорная речь обладает таким несомненным достоинством, как краткость, лаконичность, наглядность и выразительность – таким образом, отвечая потребностям медиадискурса, усилившимся в наше время благодаря убыстрению темпа жизни и активизации ее общественного начала.

Материалом для нашего исследования послужили 30 писем читателей в газету и 20 репортажей в такие качественные британские издания, как The Times, The Guardian, The Independent. Письма читателей и репортажи принадлежат к разным жанрам, однако относятся к одной и той же жанровой группе: информационно-аналитической. Информационно-аналитические тексты представляют собой расширенный вариант новостного текста, отличаясь от последнего обязательным наличием не только сообщаемой, но и комментирующей, аналитической части. При этом определяющее значение имеет аналитический компонент, комментарий, выражение мнения и оценки.

Фактор, сближающий письма читателей с репортажами, проявляется в следующем: письма представляют собой читательский материал, следовательно, проникновение разговорных средств более вероятно; что касается

репортажей, то журналисты обычно включают в свой текст прямое цитирование речи участников репортажа, зачастую обычных людей, – это также один из источников проникновения разговорных единиц в текст. Однако в обоих случаях употребление разговорных средств является намеренным и продуманным.

Проведенный количественный анализ, а также полученные в результате его данные позволяют сделать вывод, что наиболее частотными единицами разговорного синтаксиса в письмах читателей в газету и репортажах являются присоединительные конструкции. На общее количество разговорных синтаксических единиц приходится 22,4 % в письмах читателей и 30,7 % в репортажах.

Прежде всего следует отметить, что под присоединением понимается добавление к основному высказыванию дополнительных сообщений, пояснений, уточнений, возникающих в сознании не одновременно с основной мыслью, а лишь после того, как она сформировалась. Присоединение характеризуется такой особенностью, как непреднамеренность, т.е. прикрепляемые единицы содержат информацию, которая появляется в сознании говорящего, как писал Л. В. Щерба «лишь после первого высказывания или во время произнесения первого». Присоединительные конструкции несут на себе большую интонационно-смысловую и экспрессивную нагрузку, обладая большими коммуникативными, стилистическими и модальными возможностями.

В результате проведенного исследования было выявлено, что в письмах читателей преобладают конструкции, акцентирующие добавочную информацию, а также эмоционально-экспрессивный характер, в то время как в репортажах представлен весь спектр прагматических типов, а именно «акцентуация добавочной информации», «эмоционально-экспрессивная», «оценочная» и др. Это связано с тем, что письма и репортажи преследуют разные цели: призвать к немедленному действию, воздействовать на адресата в первом и передать информацию через призму своих взглядов и представлений во втором жанре.

Как упоминалось выше, в письмах читателей в газету наиболее употребительными оказались присоединительные конструкции, акцентирующие добавочную информацию: *Sir, In response to the Thunderer by William Bowes, digital editions are more ecofriendly: they do not require trees to be cut down, warehouses to store printed publications or trucks to deliver them. Nor do they pose recycling problems.* – ‘Сэр, в ответ на Thunderer Уильяма Боус, цифровые издания более экологичны: они не требуют вырубки деревьев, складов для хранения печатных изданий или грузовиков для их доставки. Не вызывают они и проблем с переработкой’. Присоединяемые единицы таких конструкций являются элементами высказывания, предоставляющими дополнительные сведения, без которых информация о событии не была бы исчерпывающей или достаточной с авторской точки зрения.

В качестве примера конструкций, принадлежащих к эмоционально-экспрессивному типу, может служить следующее высказывание: *We should all be concerned by the picture painted by Henry Porter of a BBC that failed to*

fulfill its role during the EU referendum and continues to let us down, even as we trundle inexorably towards the Brexit cliff edge. – ‘Нас всех должна беспокоить ситуация, обрисованная Генри Портером из Би-Би-Си, которая не смогла выполнить свою роль во время референдума в ЕС и продолжает нас подводить, даже когда мы неумолимо карабкаемся к Брекситу’. Присоединительные конструкции относятся к определенному прагматическому типу на основе их лексического наполнения, а также в результате анализа ближайшего контекста.

Доминирование присоединительных конструкций в репортажах (30,7 %) связано с экономностью и емкостью данных структур, что является значимым для современных СМИ в условиях ограниченного объема газетного текста. Такие конструкции позволяют избежать перегруженности, как это может произойти в случае со сложными предложениями, но в то же время они достаточны для предоставления всей необходимой по замыслу автора информации.

Как правило, присоединяемая часть в таких конструкциях выражена словосочетанием, простым и осложненным предложением, а в качестве средств связи выступают союзы *and*, *but*, союзное слово *which*, частицы *even*, *particularly*, кроме того связь может быть выражена и бессоюзным способом: *We have a food bank, so we give out food parcels, particularly on Fridays, we buy clothing, we do a lot of buying, particularly coats in winter and shoes.* – ‘У нас есть банк питания, поэтому мы раздаем посылки для еды, особенно по пятницам, мы покупаем одежду, мы много покупаем, особенно пальто зимой и обувь’.

Присоединительные конструкции могут нести и экспрессивно-эмоциональное значение, однако такие типы конструкций преобладают, в основном, в речи участников репортажа, так как для автора текста репортажа не свойственно выражать эмоции в силу особенностей данного медиажанра: *Over the last 18 months the number of child protection issues I have seen has increased fourfold – and I’m in a small school.* ‘За последние 18 месяцев число вопросов, касающихся защиты детей, на моих глазах увеличилось в четыре раза – а я в маленькой школе’.

Также довольно распространенным является тип присоединительных конструкций, выражающий оценочное значение: *At the age of nine she lost her brother Elbio Eduardo Araujo, killed on 11 June 1982 in the final days of the war at Mount Longdon, a bitter and decisive battle* ‘В возрасте девяти лет она потеряла своего брата Эльбио Эдуардо Арауджо, убитого 11 июня 1982 года в последние дни войны на горе Лонгдон, в ожесточенной и решающей битве’. Высокая распространенность присоединительных конструкций данного типа обуславливается спецификой жанра репортаж – передача содержания событий через призму авторских рассуждений.

Как видно из вышеперечисленных примеров, наиболее распространенными средствами передачи присоединительных конструкций на русский язык являются простые предложения, вводимые при помощи сложносочиненных союзов или бессоюзным способом, словосочетания и отдельные слова.

Таким образом, посредством присоединительных конструкций активизируется внимание реципиента, создается эффект интерактивности, осуществляется апелляция к эмоциям адресата. Авторы писем стараются использовать более короткие, но в тоже время и более насыщенные средства, облегчающие процесс понимания, обеспечивающих максимальный коммуникативный эффект. Для репортажа характерно использование присоединительных конструкций не только в прямой речи, но и в повествовании. Средства синтаксиса придают тексту образность, используется в речевых характеристиках персонажей (имитация живой разговорной речи), но часто является и контактоустанавливающим средством.

И. В. Лешкевич

ЭКСПЛИКАЦИЯ СМЫСЛА В СТРУКТУРЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ МЕДИАЖАНРОВ

В результате глобализации информационных процессов интерес представляет изучение медиатекста в сопоставительном аспекте, что способствует выявлению сходств и различий речевого поведения представителей разных культур. Материалом данного исследования служат 50 аналитических статей из британских и белорусских периодических изданий за 2015–2019 гг.: «The Observer», «The Guardian», «The Times», «Народная газета», «Рэспубліка», «Звязда» и др.

Реализация смысла, заключенного в аналитической статье, анализируется нами в связи с ее семантической структурой. В отношении последней существуют полярные точки зрения. Так, семантическая структура может отождествляться с содержательной структурой, например: «семантику текста составляет структура его содержания как целостное и системное образование, возникающее в интеллекте человека, в его отношении к линейной структуре текста» (Н. А. Слюсарева). В соответствии с противоположным подходом семантика текста и его содержание разграничиваются: семантика определяется как совокупность значений составляющих текст языковых единиц, обладающих способностью во взаимодействии друг с другом отражать объективную действительность; содержание же текста составляют знания о действительности, объективируемые в произведении автором. Если семантическая структура связывается со знаковым характером текста, содержательная – с кодированием заключенной в нем информации, то смысловая структура – с декодированием, т.е. с восприятием произведения как целого (О. Л. Каменская) или с содержательно-концептуальной информацией, которая извлекается из всего произведения и представляет собой творческое переосмысление фактов, событий, процессов (Т. П. Карпилович). Таким образом, под смыслом понимается мысль о действительности, интерпретация того, что сообщается в тексте (А. И. Новиков). Существует дифференциация смысла на эксплицитный и имплицитный, поверхностный и глубинный. Смысл, лежащий на поверхности текста или его компонентов, более объективно привязан к значению составляющих его высказываний. Глубинный же смысл более индивидуален и менее предсказуем.

В восприятии текста выделяются следующие этапы: 1) собственно восприятие (непосредственное восприятие значений, прием сообщения); 2) понимание (осмысление сообщения через анализ внешней вербальной формы); 3) интерпретация (раскрытие внутреннего смысла сообщения). Очевидно, что понимание и интерпретация тесно связаны друг с другом. Однако есть попытки разграничить эти уровни восприятия текста. Так, Е. С. Кубрякова в понимание включает 1) осмысление текста по его компонентам; 2) соотнесение языковых форм с их значениями; 3) выведение общего смысла текста на основе непосредственно данных в нем языковых единиц и установление отношений между ними. Что касается интерпретации, то она обозначает переход в восприятии текста на более глубокий уровень понимания, связанный с процедурами логического вывода и получением выводных знаний, а также с соотнесением языковых знаний с неязыковыми (Е. С. Кубрякова).

В. В. Красных отмечает три сходных уровня понимания значения текста – поверхностное (восприятие эксплицитной языковой информации текста), глубинное (понимание скрытого, имплицитного смысла текста) и интерпретация (формирование и формулирование концепта текста).

Установлено, что на начальном этапе понимания смысла большое значение имеет способность человека опираться на имеющиеся у него сценарии текстов, уже воспринимавшихся им ранее, на имеющиеся у него схемы (структуры) знаний о мире. С опорой на теорию аргументации и концепцию Т. ван Дейка о суперструктуре, но наделяя ее семантическими свойствами, нами выявлена структура аналитической статьи, представленная следующими компонентами: *описание ситуации (формулирование проблемы), причины проблемы, пути решения проблемы, аргумент, контраргумент, вывод, следствие, прогнозы/предсказания*. При их выделении мы опирались на маркёры – поверхностные, формальные признаки – конкретные слова, лексико-семантические группы слов, словосочетания или лексико-синтаксические структуры. Носителями главного эксплицитного смысла в аналитической статье из британской и белорусской прессы являются компоненты *описание ситуации (формулирование проблемы)* и *пути решения проблемы*. Например, статья «Сакрэты фінскага адукацыйнага цуду: аўтаномія, давер, прафесіаналізм і роўнасць» посвящена особенностям финской системы школьного образования, которая зарекомендовала себя как одна из самых успешных в мире (*описание ситуации*). В качестве предложения по улучшению качества образования в белорусских школах приводится мнение финского коллеги Кары Лаўхіворы: <...> *настаўнікам трэба даць больш свабоды і магчымасць уплываць на тыя працэсы, што адбываюцца ўнутры школы* (Звязда.24.01.2018). Таким образом, в реализации семантического компонента *пути решения проблемы* принимает активное участие компонент *аргумент*.

В статье «‘Toffism’ is here to stay, but private schools aren’t helping themselves» затрагивается проблема школьного образования в Великобритании и отмечается, что частные школы могли бы поддерживать государственные, оказывая им посильную помощь: *If private schools are to have charitable status for tax reasons they should extend their facilities to their state*

counterparts more often (The Guardian. 06.11.2015). В конце статьи ее автор С. Дженкинс предлагает практические рекомендации по улучшению качества образования в государственных школах, указывая на обязательную роль в этом процессе частных школ и местных советов по образованию: *The charity status enjoyed by most private institutions implies charitable outcomes, not privileged ones. The better privates do open their facilities to neighbouring state schools, with joint teaching and shared sports and extracurricular activities. This **must** surely be the norm. <...> Councils **may not** run many schools, but they **can** coordinate them* (The Guardian. 06.11.2015). Маркёрами семантического компонента *пути решения проблемы* выступают разнообразные модальные глаголы (*must, may, can*), а также лексические единицы (*two options, the first, the second*).

В результате проведенного анализа выявлены закономерности экспликации смысла в семантической структуре аналитической статьи, установлены сходства и различия в его реализации на материале двух разноструктурных языков. Так, в аналитической статье из белорусской прессы реже предлагаются конкретные пути решения проблемы, в лучшем случае приводится аргумент-мнение. В аналитической статье из британской прессы компонент *пути решения проблемы* представлен чаще и более полно.

А. И. Маркова

ЭТНОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ ПРИЕМОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

На сегодняшний день реклама играет одну из важнейших ролей в социальной сфере жизни общества. В силу того, что все новые и новые товары и услуги выпускаются с немыслимой скоростью, и, следовательно, конкуренция между ними постоянно увеличивается, производители вынуждены быть в постоянном поиске свежих решений и идей для выгодной рекламы своей продукции.

Существует большое количество исследований в области перевода рекламы, в результате которых различные авторы пришли к общему выводу, что рекламную брошюру, рекламный текст или слоган никогда не следует переводить дословно, так как в этом случае он может потерять смысл и силу своего воздействия.

Проанализировав англо- и русскоязычную рекламу косметической и парфюмерной продукции, мы установили следующую закономерность: в процессе перевода рекламных текстов переводчики прибегают к использованию переводческих трансформаций – многочисленных и качественно разнообразных преобразований, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности и адекватности перевода вопреки расхождениям в формальных и семантических системах переводящего языка и языка перевода.

Ярким примером использования переводческих трансформаций может послужить перевод на русский язык рекламы аромата L'Instant de Guerlain, выпущенного французским домом парфюмерии Guerlain. В оригинале текст рекламы звучит следующим образом:

L'Instant de Guerlain celebrates unique and moving moments. These instants are both fragile and marvelous, seemingly suspended somewhere outside of time in a place where one moment can change everything and anything becomes possible.

Перевод оригинального рекламного текста на русский язык, преобразованный при помощи переводческих трансформаций, явно отличается от текста оригинала:

‘Аромат L'Instant de Guerlain – это гимн неповторимым и волнующим мгновениям. Эти мгновения хрупки и прекрасны, они как-будто находятся вне времени, принадлежа тому миру, где один миг может изменить все, и нет ничего невозможного.’

Анализируя данный рекламный текст, можно заметить, что при его переводе с английского языка на русский, соответственно, были использованы такие виды переводческих трансформаций, как контекстуальное добавление и компрессия.

Так, контекстуальное добавление в данном переводе заключается в том, что переводчик использует фоновые знания и сознательно добавляет в русскоязычный вариант рекламного текста существительное *аромат* во избежание возникновения неясности. Кроме того, в связи с тем, что рекламный текст функционирует в условиях жесткой конкуренции за внимание адресата и ограничен во времени и пространстве, ему свойственна языковая экономия. Поэтому, при переводе рекламы духов от Guerlain была использована компрессия, которая, как правило, проявляется в различных способах сжатия текста; в вышеприведенном тексте был опущен глагол *celebrate*, а вместо него было использовано одно из средств компрессии – тире.

В анализируемом рекламном тексте можно отметить еще одну переводческую трансформацию, а именно, антонимический перевод. В данном виде трансформации происходит замена утвердительной формы в оригинале на отрицательную в переводе или, наоборот, отрицательной на утвердительную. В рекламе при переводе сочетания *anything becomes possible* используется антонимический перевод ‘нет ничего невозможного’ поскольку такое сочетание слов является более привычным для русскоязычной аудитории.

Работая над переводом данной рекламы, переводчик также прибегает к одной из самых часто употребляемых структурных трансформаций – замене частей речи: глагол *celebrate* был заменен на существительное *гимн*, вследствие чего тип сказуемого изменился с простого глагольного на составное именное.

Проанализировав русскоязычную версию рекламного текста и сравнив ее с текстом оригинала, можно заметить, что в данном рекламном тексте оценочное отношение выражено с помощью таких прилагательных, как *unique*, *moving*, *fragile*, *marvelous*. Следует отметить, что перевод эмоционально-оценочной лексики (неповторимый, волнующий, хрупкий, прекрасный) в данном случае эквивалентен и передает как лексическое значение, так и функционально-стилистическую окраску слова за счет точно подобранных эпитетов. Прилагательные создают определенную тональность рекламного сообщения, которая помогает передать качества и свойства рекламируемого

объекта. Поскольку данный аромат выпущен парфюмерным домом Guerlain специально для женщин, то и его реклама выстроена таким образом, чтобы повлиять преимущественно на женскую аудиторию.

Рекламный текст по своей структуре, целям и задачам сильно отличается от художественного или технического текста. В процессе перевода рекламных текстов переводчику приходится решать не только лингвистические проблемы, обусловленные различиями в семантической структуре языка оригинала и языка перевода, но и проблемы социолингвистической адаптации текста. Для того чтобы рекламный текст в полной мере выполнял свою коммуникативную функцию, его недостаточно просто перевести, он должен быть включен в культурную среду языка перевода. Иначе говоря, он должен вызывать у целевой аудитории ту же реакцию, что и текст оригинала.

И. В. Павлоцкая

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ НА 1 КУРСЕ ПЕРЕВОДЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА

Согласно учебной программе высшего образования по направлению специальности 1-21 0601-02 «Современные иностранные языки (перевод)» основная цель обучения иностранному языку (английскому) – это формирование поликультурной многоязычной личности, способной использовать иностранный язык как средство общения в различных сферах общественной и профессиональной деятельности в условиях межкультурной коммуникации, как средство социокультурного развития личности и формирование ценностной ориентации через диалог культур родного и иностранного языков.

Достижение этой цели предполагает решение ряда задач и формирование компетенций, среди которых такие, как владение нормой и узусом лексической системы изучаемого языка, использование иностранного языка для осуществления межкультурного общения, умение действовать в рамках международного этикета и правил поведения в различных ситуациях.

Решение данных задач и формирование данных кросс-культурных компетенций предполагает постижение особенностей другой национальной культуры и народа, ее носителя, на уровне осознания различий между своей и чужой культурами, готовностью их понять и принять способность проявить уважение и интерес к чужим взглядам, привычкам, вкусовым и иным пристрастиям, нормам жизни и ценностям.

Внедрение лингвострановедческого компонента в процесс обучения иностранного языка, на наш взгляд, способствует решению вышеуказанных задач и формированию академических, социально-личностных и профессиональных компетенций, и, в конечном результате, достижению цели обучения английскому языку на 1 курсе переводческого факультета по предмету «Практика устной и письменной речи».

Содержание дисциплины «Практика устной и письменной речи» неразрывно связано с содержанием другой дисциплины государственного компонента – с содержанием дисциплины «Страноведение».

Однако существует четкая разница между традиционным страноведением и лингвострановедением. Страноведение – это общественная дисциплина, читаемая на иностранном или родном языке. Лингвострановедение является филологической дисциплиной, преподаваемой обычно не отдельно как предмет, а на занятиях по практике языка в процессе работы над семантикой языковых единиц. Лингвострановедение – это изучение иностранного языка, в ходе которого обучаемые получают страноведческую информацию для расширения объема фоновых знаний, обеспечивающих успешную коммуникацию на иностранном языке. Г. Д. Томахин отмечал, что наличие совпадающих фоновых знаний общечеловеческого или регионального характера позволяют участникам коммуникации в какой-то степени понимать друг друга, но только владение страноведческими фоновыми знаниями позволяет им добиваться полного взаимопонимания. Иными словами, лингвострановедение затрагивает суть коммуникативного преподавания языка.

Способность к межкультурной коммуникации состоит не только в овладении неким набором страноведческих знаний и поведенческих актов, но и в умении увидеть окружающий мир глазами носителей иностранного языка.

Знания значений слов и правил грамматики явно недостаточно для того, чтобы преодолеть языковой барьер и активно пользоваться языком как средством общения. Необходимо преодолеть барьер культурный, а для этого нужно тщательно изучать мир носителей изучаемого языка, их историю, культуру, образ жизни. Только в этом случае изучение языка достигает полноты. Этот аспект обучения иностранным языкам и рассматривается лингвострановедением. Становится понятным, почему некоторые лингвисты включают лингвострановедение вместе с грамматикой, фонетикой и лексикой в аспекты обучения языку.

Лингвострановедение обеспечивает решение целого ряда проблем, в частности главной филологической проблемы – адекватное понимание текста, поэтому оно выступает в качестве лингвистической основы не только лингводидактики, но и перевода. Для того, чтобы переводить, необходимо, прежде всего полностью понять иноязычный текст со всеми нюансами значения, а уже затем с учетом адресата подбирать соответствующие эквиваленты в языке перевода.

Лингвострановедение, обеспечивая адекватное понимание текста, играет первостепенную роль в практике перевода. Именно лингвострановедение обеспечивает энциклопедический кругозор переводчика, который должен иметь ясное представление о фоновых знаниях носителя языка перевода в отличие от носителей исходного языка. Л. С. Бархударов отмечал, что причина ошибок переводчика кроется не в недостатке здравого смысла или недобросовестности переводчика, а в непонимании или неполном понимании слов из-за отсутствия фоновых знаний.

К числу ведущих задач лингвострановедения относится анализ языковых единиц, наиболее ярко отражающих национальные особенности культуры народа-носителя языка:

- реалий (обозначение предметов и явлений, характерных для одной культуры и отсутствующих в другой). При сопоставлении языков обозначающие эти явления слова относятся к безэквивалентной лексике, которая, как правило, не переводится на другой язык одним словом, не имеют эквивалентов за пределами языка, к которому они принадлежат.

Grammar school – это не ‘грамматическая школа’, ‘средняя школа для одаренных учеников, которые сдают вступительные экзамены, чтобы быть зачисленными’

- коннотативной лексики (слов, совпадающих по основному значению, но отличных по культурно-историческим ассоциациям).

School и ‘школа’ эквивалентны, но понятие, входящее в семантику английского слова, шире. Это и ‘училище’, и ‘институт’, и ‘факультет’, и ‘курсы’.

- фоновой лексики (обозначение предметов и явлений, имеющих аналоги в сопоставляемых культурах, но различающихся национальными особенностями функционирования, формой или предназначением предметов). Фоновая лексика – наиболее сложная группа, так как каждая лексическая единица сопряжена с определенной совокупностью знаний, известных каждому носителю данного языка. Перевод таких лексически единиц, как *boarding-school, preparatory school, public school, independent school, form, grade, college, scholarship, grant, stipend* требует фоновых знаний.

- фразеологизмов. Связь истории и культуры народа с языком ярко проявляется на фразеологическом уровне. При переводе таких идиом, как *to pull down monuments, mind one's p's and q's, pass with flying colours, to make the grade* следует учитывать национальный колорит фразеологических сочетаний.

При включении лингвострановедческого компонента в содержание обучения иностранному языку нужны адекватные средства для его усвоения – это аутентичные материалы, литературные и музыкальные произведения, предметы реальной действительности, их иллюстративные изображения, толковые словари, энциклопедии.

Критериями отбора лингвострановедческого компонента должны быть:

- культурологическая и страноведческая ценность;
- актуальность, типичность, информативность;
- тематичность, функциональность;
- соответствие уровню языковой подготовки студентов, их интересам;
- нравственная направленность.

М. В. Соколовская

СУПЕРСТРУКТУРА АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Среди жанров периодической печати, наиболее часто употребляемым в культурно-историческом дискурсе является аналитическая статья. Суперструктура этого жанра изучается в настоящем исследовании на материале

статей, взятых из следующих источников: «The Observer», «The Guardian», «Daily Express» (на английском языке); «Звезда», «Літаратура і мастацтва», «Культура» (на белорусском языке).

Под суперструктурой понимается типовая структура, включающая определенный набор семантических компонентов, специфичных для большинства текстов определенного жанра. Анализируемые аналитические статьи относятся к культурно-историческому дискурсу, так как они посвящены обсуждению некоторой проблемы, имеющей культурную и историческую значимость. Автором проводится исследование по существующей проблеме и делаются определенные выводы.

При выявлении суперструктуры аналитической статьи культурно-исторического дискурса учитывается тот факт, что тексты этого жанра объединены сходными коммуникативными целями. Типовыми целями исследуемых статей являются ознакомление читателя с культурно-историческими реалиями, раскрытие их значимости в современном обществе, популяризация национальной культуры и истории среди массовой аудитории.

Текст исследуемой аналитической статьи культурно-исторического дискурса отличается не только коммуникативными целями, но и типовой сферой коммуникации, а именно сферой культуры и истории; характером адресата, в качестве которого выступает читатель как массовый адресат; использованием определенных авторских стратегий воздействия и языковых средств их реализации.

В суперструктуре исследуемого жанра были выделены следующие компоненты, присутствующие в большинстве статей как на английском, так и на белорусском языке: 1) культурно-исторический объект, 2) фактическая проблема, 3) комментарий специалиста (культуролога, историка, археолога), 4) комментарий автора статьи (журналиста), 5) вывод (итог). Проведенный анализ показал, что семантический компонент 'комментарий специалиста' не является характерным для подавляющего большинства текстов. Однако остальные вышеупомянутые компоненты встречаются в абсолютном большинстве статей и, соответственно, образуют прототипическую структуру статей аналитического жанра культурно-исторического дискурса.

В семантическом компоненте 'культурно-исторический объект' сообщается о ключевом объекте, явлении, событии или субъекте, имеющем культурно-историческую значимость. Фактически автор знакомит читателя с будущим объектом описания и анализа. Эксплицитными языковыми маркерами этого компонента являются глаголы со значением открытия: *open, reveal, discover, confirm, find; адкрыць, знайсці, раскрыць, аказацца, паведаміць, адшукаць*. Чаще всего эти маркеры присутствуют в подзаголовке или лиде (начальном абзаце статьи): *The Tudor home of the Seymour family, setting of Hilary Mantel's books, has been **discovered** in the grounds of a later manor in Wiltshire* (The Guardian, 03.10.2018); *Сёлета археолагі, якія даследуюць Спаса-Праабражэнскую царкву і прылеглую да яе тэрыторыю, **адшукалі** падземны храм-пахавальню, аналагаў якому на ўсходнеславянскай прасторы няма* (Звезда, 16.10.2018).

Данный компонент может быть вербализован в различных частях статьи и по ходу развертывания дискурса он обрастает дополнительными смыслами, раскрывающими другой семантический компонент 'фактическая проблема'. Данный компонент представляет собой раскрытие сущности описываемого культурно-исторического объекта, описание его актуальности, важности, а также связанной с ним проблемы. Так в статье «Treasury of historic clothing revealed at Westminster Abbey» автор подчеркивает международную важность открытия и его ценность для культуры и истории Англии: *The costume collection is of international importance, and includes exceptionally rare surviving underwear including the chamois leather trimmed corset of Elizabeth I, a tiny corset made for a four-year-old boy, and the five layers of petticoats and sky blue gold embroidered corset that Frances proved to be wearing* (The Guardian, 27.07.2016); В статье «Якія таямніцы хавае Гарадзенскае паселішча» автор раскрывает основной конфликт – сохранение аутентичности замка: *Рэканструкцыя раскрывае новы воблік Старога замка, але спрэчкі вакол яе не заціхаюць. Гэтым занепакоены не толькі самі беларусы, але і суседзі-палякі, якія лічаць замак часткай сваёй спадчыны*. (Звязда, 03.11.2018).

Компонент 'комментарий специалиста' носит факультативный характер и вербализуется высказываниями историков, культурологов, археологов, имеющими разъяснительный характер. В исследуемых статьях на двух языках этот компонент выражается конструкциями с прямой и косвенной речью: *Mr Murray said: "A true project of cooperation, I believe this excavation is of utmost archaeological and historical significance and I would encourage people to donate and help restore dignity to the missing soldiers of Wijtschate, before it is too late"* (Daily Express, 13.07.2018); *Аднаўленчыя работы захаваюць элементы ўсіх гістарычных эпох, наведанні галоўны архітэктар праекта Алег Шымбарэцкі* (Звязда, 03.11.2018).

Данный компонент встречается на протяжении всей статьи. Фактически этот компонент является ключевым в аналитических статьях культурно-исторического дискурса на английском и белорусском языке, так как основная задача такой статьи – анализ описываемой культурно-исторической реалии. Компонент передает точку зрения журналиста, основанную на его аналитической деятельности, выражает оценку описываемых фактов, раскрывает отношение автора к передаваемому сообщению. Часто в комментарии автора можно встретить оценочную лексику: *Tracy Borman has discovered a **fragile** underside to **the most famous and feared** king in English history – through some of the men in his life* (The Observer 21.10.2018); *Вымалёўваецца **велічная** постаць паэта – мысляра, патрыёта, а вось пра асобу самога Міколы Гусоўскага, **на жаль**, вядома **вельмі** мала* (Звязда, 18.09.2018).

Семантический компонент 'вывод (итог)' также является обязательным во всех исследуемых текстах аналитических статей культурно-исторической тематики. По ходу развития статьи автор проводит собственное исследование, которое неизменно ведет к подведению некоторых итогов с целью сформировать отношение читателя к проблеме статьи, вызвать у него интерес к национальной культуре и истории. Так в статье «The Royal Opera House opens up» журналист подводит итоги о процессе и результате

реконструкции Королевского Оперного Театра: *Given the intractable, jumbled layers of the existing complex, Stanton Williams hasn't resolved all of the Royal Opera House's quirks, but the surgical alterations have smoothed out the flow and made the building a more useful and inviting place for everyone to enjoy* (The Guardian, 19.09.2018). В статье на белорусском языке «Чаму мы можам навучыцца па 400-гадовым «Буквары»» журналіст падводзіць ітогі свайго даследавання і адказвае на пытанне, пастаўленае ў назваі: *Мэтаі «Буквара» было не проста навучыць чытаць, але навучыць чытаць добрыя тэксты* (Літаратура і мастацтва, 13.09.2018).

Особенностью статей на английском языке является то, что в большинстве проанализированных текстов журналист подводит итог, ссылаясь на специалиста: *Its co-editor, Paul Edmondson, an expert from the educational charity, said: "These theories just seem to get more and more fantastic and take us into the realms of science fiction and fantasy novels. This has always been part of the fascination of those who are seeking to disprove authenticated history"* (The Guardian, 28.10.2017).

Проведенный анализ показал, что структура аналитических статей культурно-исторического дискурса характеризуется нежесткой последовательностью семантических компонентов. Наиболее подвижным компонентом является 'исследование автора', так как рассматриваемый жанр подразумевает тщательный анализ представленных фактов и их оценку на всем дискурсивном пространстве статьи как на английском, так и на белорусском языке. Компонент 'комментарий специалиста', хотя и не является обязательным, способен разнообразить и «оживить» статью. Данный компонент чаще встречается в аналитической статье на английском языке и выражен прямой речью. В аналитической статье на белорусском языке комментарий автора выражен в большинстве случаев косвенной речью, но не характерен для абсолютного большинства анализируемых статей. Семантический компонент 'вывод' всегда расположен в конце текста и имеет коммуникативную цель убедить адресата в актуальности и важности описываемой культурно-исторической реалии.

М. А. Суркова

МАДЭЛІ РЭГУЛЯРНАЙ ПОЛІСЕМІІ І МЕТАФАРЫЗАЦЫІ ПРЫМЕТНІКАЎ-КАЛЯРОНІМАЎ У СКЛАДЗЕ КАЛАКАЦЫЙ У АНГЛІЙСКАЙ І БЕЛАРУСКАЙ МОВАХ

Вывучэнне праблематыкі каляронімаў традыцыйна з'яўляецца часткай семантычных даследаванняў у лінгвістыцы. У рэальным свеце колер не існуе па-за межамі асобных аб'ектаў. Ён заўсёды прывязаны да якога-небудзь класу аб'ектаў і не існуе як самастойны дэнатат. Семантыка колеру займае асобнае месца ў кагнітыўных даследаваннях моўнай карціны свету. Пры звяртанні лінгвістаў да праблем каляронімаў аб'ектам даследавання становяцца, перш за ўсё, структурна-семантычныя асаблівасці гэтай групы слоў, іх этнакультурная спецыфікацыя.

Аб'ектам дадзенага даследавання з'яўляюцца прыметнікі-каляронімы ў англійскай і беларускай мовах у складзе калакацый, а таксама іх семантычная структура на падставе лексікаграфічных дадзеных на матэрыяле тумачальных, частотных і асацыятыўных слоўнікаў.

Мэтай дадзенага даследавання з'яўляецца прасачыць, наколькі блізкімі з'яўляюцца мадэлі рэгулярнай полісеміі і метафарызацыі абранай групы слоў ў англійскай і беларускай мовах.

У якасці гіпотэзы мы выказваем меркаванне аб тым, што мадэлі рэгулярнай полісеміі і метафарызацыі павінны мець адрозненні і валодаць ідыяэтычнымі асаблівасцямі ў дзвюх мовах, якія параўноўваюцца, з прычыны таго, што яны належаць да розных моўных арэалаў і гістарычна-культурных традыцый.

Асноўныя колеры – гэта найбольш абстрактныя ўтварэнні, на сінхронным узроўні найменш матываваныя, якія выступаюць у адносінах да неасноўных колераў як гіперонімы і маюць значную колькасць лексіка-семантычных варыянтаў. Мы, услед за большасцю даследчыкаў (А. Вежбіцка, В. Г. Кульпіна, А. Х. Мерзлякова, М. У. Разладава), згодныя з вылученнем 11 асноўных колераў ў беларускай мове і 10 ў англійскай за кошт таго, што ў ёй няма падзелу на *блакітны* і *сіні* колеры. Дадзены даклад прысвечаны толькі тым каляронімам, якія валодаюць высокай ці сярэдняй ступенню полісеміі і адпавядаюць астатнім крытэрыям адбору, пададзеным у даследаванні. Гэта прыметнікі *чырвоны, жоўты, зялёны, блакітны/сіні, карычневы, белы, чорны; red, yellow, green, blue, brown, white, black*.

У аснове рэгулярнай полісеміі знаходзіцца паўтаральнасць розных лексічных адзінак і семантычных адносін паміж зыходным і вытворным значэннем, абумоўленых аднатыпнасцю. Вылучаюць наступныя тыпы вытворных значэнняў: 1) метанімічныя пераносы: другасная метанімія, каўзальная метанімія, канверсіўная метанімія, 2) сінекдаха, 3) метафарычныя пераносы: полірэцэпторная метафара, монарэцэпторная метафара, імпрэсіўная метафара. Менавіта гэтыя тыпы пераносаў з'яўляюцца істотнымі і асноўнымі пры апісанні семантыкі каляронімаў.

Падчас даследавання мы выявілі, што развіццё пераносных значэнняў прыметнікаў абранай групы ў абедзвюх мовах ідзе ў асноўным па падобных рэгулярных мадэлях метанімічнага і метафарычнага пераносу. Агульным для ўсіх прыметнікаў дазенай ЛСГ (акрамя *карычневы*) з'яўляецца перанос па гіпа-гіперанімічнай мадэлі, калі вытворнае значэнне поўнаасцю ўваходзіць ў асноўнае. Адносіны паміж гэтымі значэннямі можна ахарактэрызаваць як лагічныя адносіны поўнага ўключэння.

Каляронімы ў англійскай мове хутчэй развіваюць метафарычныя значэнні ў параўнанні з беларускімі прыметнікамі, якія імкнуцца больш да метанімічных мадэляў пераносу, якія таксама сустракаюцца і ў англійскай мове. Прыклады тыповых мадэляў метанімічнага пераносу:

- каўзальная метанімія: 'які мае колер А => таму што => які мае на паверхні Х' – 'які мае цёмны колер, таму што брудны, запэцканы': *чорныя*

рукі, *black hands*; ‘які мае зялёны колер’ $\Rightarrow$ таму што $\Rightarrow$ ‘складаецца з зелены’: *зялёны корм, зялёныя ўгнаенні, зялёны боршч, зялёнае варыва; green food, green folder, green fence*;

- сінекдаха: ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае адценне колеру А + [адзнака –]’ (пра скуру, пра колер твару): *зялёны твар, to turn green; blue skin, сіні тварык*;

- другасная метанімія: ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае адценне А + Х’, дзе Х – скура, поўсць жывёлы або адценне: *чорныя расы, a black student; a yellow girl; a white dog; блакітная сукенка*.

Найбольш тыповымі відамі метафарычнага пераносу з’яўляюцца наступныя пераходы:

- колер – эмоцыя (*to be green with envy; белы ад жаху*);
- колер – адзнака (‘які змяшчае зло’ – бел.: *чорнае злачынства, чорныя кнігі, чорная пячатка*; англ.: *black magic, black art*);
- колер – інтэнсіўнасць (*blue fear ‘extreme, complete’; чорная меланхолія*). Першы від пераходу значна больш часта сустракаецца ў англійскіх каляронімаў.

У наступнай табліцы падаюцца некаторыя спецыфічныя для кожнай з моў мадэлі пераносу адпаведна колерам:

Колер	Віды пераносу	Мадэлі пераносу
сіні/ блакітны/ blue	каўзальная метанімія	Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае колер А сваім сімвалам’ актуалізуе ў дадзеным выпадку варыянт ‘які належыць да кансерватыўнай партыі’. Гэтае значэнне з’яўляецца гістарычна і культурна-сацыяльна матываваным, таму характэрна толькі для англійскай мовы: <i>the Blue lodge of Freemasons, a blue conservative</i> .
зялёны/ green	каўзальная метанімія	Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які не суадносіцца з нормай + ужыванне’. англ. Размова ідзе пра любы прадмет, які павінны прайсці апрацоўку перад ужываннем: <i>green wood, green tobacco, green bricks</i> .
	імпрэсіўная метафара	1) англ. Перанос ‘які мае колер А + [сакавітасць + моц + маладосць + свежасць + int.] $\Rightarrow$ які валодае энэргіяй, моццю’: <i>to be green at heart, green old age</i> . 2) англ. Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае + паходжанне + нядаўна’ (свежы, новы): <i>green wound, green milk</i> .
чырвоны/ red	другасная метанімія	Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае колер А + Х’, дзе Х – скура: ‘of coppery skin of American Indians’.
	метафара адзнакі	бел. Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які валодае станоўчай якасцю’ (пачэсны, парадны; яркі, светлы, прыгожы): <i>за чырвоным сталом; чырвоная вясна, чырвоная раница</i>
карычневы/ brown	другасная метанімія	англ. Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае адценне А + Х’, дзе Х – скура’ (пра народы) рэалізуе варыянт ‘які мае цёмны колер скуры і валасоў’: <i>a brown boy, brown Indian</i> .

жоўты/ yellow	другасная метанімія	1. Перанос 'які мае колер $A \Rightarrow$ які мае колер $A + X$ ', дзе X – скура: а) <i>англ.</i> Колер указвае на прыкмету расы: <i>a yellow girl, yellow race, yellow peril</i> . Гэтае значэнне адносяць да размоўнага стылю, з паметкай 'offensive'.
	імпрэсіўная метафара	1. Перанос 'які мае колер $A +$ [адзнака $-$] $\Rightarrow$ які перажывае пачуццё C ': а) <i>англ.</i> Перанос 'які перажывае пачуццё зайздрасці, рэўнасці': <i>a yellow look, yellow mood</i> ; б) <i>англ.</i> 'які перажывае страх': <i>He's too yellow to fight</i> .

Мы выявілі, што некаторыя каляронімы маюць уласныя этна-культурныя асаблівасці, звязаныя з гісторыяй, ладам жыцця, сацыяльна-культурнай спецыфікай народу.

Так, наяўнасць такіх значэнняў у структуры прыметніка *белы* як 'контррэвалюцыйны', 'дагледжаны' (пра хату), 'светлы, ясны' (пра ночы) указвае на адметнасці ў грамадска-палітычным жыцці, культуры і ўспрыняцці з'яў прыроды беларусамі. У англійскай мове слова *white* асацыіруецца з нечым прыемным, любімым, лепшым, а не толькі чыстым і светлым. Для прыметніка *blue* перанос 'які мае колер $A +$ [надзейнасць] $\Rightarrow$ які мае якасць + надзейнасць' узнік на падставе асаблівасці псіхалагічнага ўспрыняцця сіняга колеру, колеру спакою, традыцыйнасці: *blue chip*. Цікавым падаецца і тое, што у беларускай мове вылучаюць значэнні з моцным пазітыўным зарадам, такія як 'яркі, ясны, светлы, пачэсны' і 'новы, прыгожы, цудоўны', якія абумоўліваюцца гістарычным развіццём каляроніма *чырвоны* ў агульнаславянскай культуры.

Разам з тым пэўны рад каляронімаў-характарыстык аб'екта абумоўлены сацыяльна і звязаны з лінгвістычнай традыцыяй, якая існуе сярод прадстаўнікоў дадзенага грамадства.

Т. А. Сысоева

АКТУАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ АВТОРА В ПЕЧАТНОМ МЕДИАТЕКСТЕ

Известно, что тексты аналитического характера (письма, комментарии, статьи) тяготеют к открытой манифестации авторского «Я». Степень авторского присутствия может варьироваться в зависимости от жанра, однако неизменным является открытое выражение отношения к сообщаемому. Такой порядок вещей обусловлен процессами, происходящими в современной медиасфере, а именно персонификацией и субъективизацией медийных жанров. Изображение событий в газетно-публицистических текстах дается через опыт, мировоззрение адресанта, усиливая роль личностного начала в тексте и подчиняя его форму и содержание глобальной целеустановке – выражению мнения автора по поводу актуальной проблемы.

С целью анализа средств, способных вербализовать категорию адресанта в медийных сообщениях, обратимся к текстам жанра «газетная дискуссия».

Исследуемые публикации из белорусского издания «Народная газета» и американских изданий «The Washington Post», «USA today» за 2016–2018 гг. посвящены обсуждению социально-экономических и социально-бытовых проблем. Источником послужили как печатные издания, так и их интернет-версии.

Анализируемый тип текста обладает сложным характером, сочетая в себе признаки аналитических статей и диалогических жанров: каждая публикация тематически связана с другими и выражает одну из возможных точек зрения на существующую проблему. При этом статьи, в которых высказываются альтернативные точки зрения, могут размещаться на одной газетной странице (как это делается в рубрике *Спор* в белорусском издании) или в разделе *Opinion* на веб-портале (как это делается на сайтах американских изданий). Переходя по ссылкам *Read more on the topic* или *Our view/Opposing view*, читатель сравнивает разные точки зрения и определяет для себя победителя «виртуального спора», чье субъективное мнение кажется ему наиболее весомым.

Обратимся к рассмотрению средств авторской репрезентации, а также выявлению репертуара ролей, реализуемых адресантом в текстах на двух языках. Русскоязычные публикации отличаются тем, что их авторами выступают приглашенные эксперты, профессионально связанные с обсуждаемой сферой деятельности. Сказанное объясняет, почему статьи сопровождаются точным указанием должности, занимаемой участниками дискуссии: *председатель Белорусской ассоциации экспертов и сюрвейеров на транспорте, начальник главного управления по наркоконтролю и противодействию торговле людьми МВД, депутат Палаты представителей Национального собрания, исполнительный директор Международной ассоциации менеджмента недвижимости*. Несмотря на свою «громоздкость», подобные наименования уместны в указанном контексте и призваны реализовать тактику апелляции к авторитету. В других случаях в инициальной позиции текста указывается профессия (*психолог, психотерапевт*) или ученая степень, звание (*кандидат экономических наук, доцент*). В самой статье автор также может упоминать занимаемую должность, избегая при этом излишне подробной информации: *В 2014 году я была одной из тех **депутатов**, которые голосовали за ужесточение законодательства; Я в бытность **директором предприятия ЖКХ** всегда просил своих подчиненных: вы лучше вообще ничего не делайте, чем сделаете плохо, а потом придется переделывать*. Очевидно, в данном случае апелляция к наличию опыта и соответствующей компетенции важнее, нежели детализация (указание точного названия учреждения и т.д.). Наконец, в ряде примеров дается отсылка к более широкой социальной группе или даже к абстрактной сущности «человек»: *Я, как и большинство **водителей**, безусловно, не могу не замечать, как с каждым годом усложняется обстановка на дорогах; Скажем, как **мужчина** я не против сближения пенсионного возраста мужчин и женщин; Все мы **люди**, и у самого неподкупного из нас при определенном стечении обстоятельств могут мелькать всякие мысли*. Роль может не маркироваться соответствующей лексемой, однако

легко определяется по контексту. Так, в следующих отрывках речь идет о роли семьянина, отца: *О проблемах многодетности я знаю не понаслышке, поскольку сам **воспитываю четверых детей**; Да, есть послабления по налогам. Но все остальное оказалось лично для моей семьи неважным.* Делясь с читателями собственным опытом, адресант позиционирует себя как эксперта, советчика или наблюдателя, владеющего важной информацией: *Ко мне часто обращаются обиженные люди, попадающие в казусные ситуации; А мне довелось наблюдать, как система господдержки работает в США, и меня это очень впечатлило.*

Исследуемые публикации из американских изданий в большинстве своем написаны членами редакции, о чем свидетельствует информация, указанная в вводной или завершающей части статьи и обладающая той или иной степенью детализации: *Editorial Board, Columnist, Opinion writer, Opinion contributor.* Однако случаи «выступления» приглашенных экспертов также нередки: *D.C. mayor, a former chief economist to Vice President, Director of the federal Bureau of Safety and Environmental Enforcement, president and CEO of Healthcare Distribution Alliance, a senior fellow at The Heritage Foundation.* Обращаясь к собственному опыту в тексте статьи, авторы могут указывать на занимаемую должность или принадлежность к более широкой социальной группе: *As a **Louisiana native**, and my state's **interim lieutenant governor** at the time of the Deepwater Horizon tragedy, I fully understand the importance of worker safety and environmental protection; That is why, as a **progressive businessman**, I welcome efforts to change the way business is conducted here.* Апелляции к более абстрактным категориям для англоязычных статей не характерны. Роль советчика также не всегда маркирована, однако легко определяется по контексту: *To my generation, I say: Learn how to poach your eggs. And then learn how to cook something else.*

Эксплицировать мнение касательно обсуждаемой проблемы в русскоязычном тексте позволяет местоимение первого лица в сочетании с глаголами речемыслительной деятельности или краткими прилагательными (*я знаю, я понимаю, я считаю, мне кажется, я убежден*). Употребительны глаголы с семантикой одобрения (*я защищаю, я поддерживаю*), а также существительные «взгляд», «мнение» в сочетании с притяжательным местоимением (*по моему мнению, на мой взгляд*): *Однако за прошедшее время мое мнение по этому вопросу существенно изменилось.* В англоязычных текстах в целом используются глаголы и прилагательные с аналогичной семантикой (*I think, I believe, I suppose, I understand, I mean, I say, I am confident*), однако специфичным является выражение призыва к действию: *I urge business associations, the mayor and the D.C. Council to press forward on these issues.*

Таким образом, авторы статей подчеркивают несколько исполняемых ими ролей, для обозначения которых используется весь арсенал маркеров — от точного наименования занимаемой должности до апелляции к более общей социальной группе, которая определяется по профессиональному, гендерному, территориальному, семейному или иному признаку. При этом в русскоязычных публикациях встречается более разнообразный комплекс средств, позволяющих осуществить детализацию в одних случаях и отсылку

к самым абстрактным категориям – в других. Роль эксперта, советчика эксплицируется в двух языках и может маркироваться лексемами с соответствующей семантикой или быть контекстуально обусловленной.

Слова, сочетающиеся с местоимением первого лица и призванные подчеркнуть субъективное мнение автора, в целом сходны по значению в двух языках и различаются только в силу разноструктурного характера последних. Единственным релевантным различием можно считать то, что в американских изданиях не только выражается точка зрения автора, но и осуществляется призыв к действию.

Выявленный комплекс средств экспликации мнения автора и маркеров его ролевого набора позволяет говорить, с одной стороны, о жанровой специфике газетной дискуссии как конкретного типа текста, а с другой – об особенностях репрезентации категории адресанта в двух лингвокультурах.

Д. Л. Тригунова

ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛОГЛАЙНА КАК ТИПА АННОТАЦИИ К КИНОФИЛЬМУ

Логлайн (англ. logline) определяется как краткая аннотация к кинофильму, передающая суть сюжета, его основную драматическую линию. В логлайне раскрывается основная идея, но не описываются детали сюжета и развязка.

Британский писатель Г. Шиммин предложил свою формулу успешного логлайна, назвав ее Киллогатор (Killogator). Формула включает в себя шесть компонентов: место и время событий, протагонист (главный герой), проблема, антагонист (противник), конфликт и цель. Г. Шиммин располагает эти компоненты следующим образом: «В (место и время) (протагонист) имеет (проблему), спровоцированную (антагонистом), и сталкивается с (конфликтом) в процессе попытки (добиться цели)».

Анализ логлайнов к 50 художественным фильмам производства США, релиз которых состоялся в конце 2018 г. – начале 2019 г., показывает, что логлайнов, составленных по данной формуле и включающих все вышеперечисленные компоненты, среди изученных логлайнов не выявлено. В качестве наиболее близких к формуле логлайнов рассмотрим следующие примеры. Логлайн к кинофильму «Mortal Engines» ‘Хроники хищных городов’ звучит так: *In a post-apocalyptic world where cities ride on wheels and consume each other to survive, two people meet in London and try to stop a conspiracy* ‘В постапокалиптическом мире, где города ездят на колесах и поглощают друг друга, чтобы выжить, два человека встречаются в Лондоне и пытаются остановить заговор’. Данный логлайн содержит четыре из шести компонентов формулы: информацию о месте событий (постапокалиптический мир), главных героях (два человека), общей проблеме (города поглощают друг друга, чтобы выжить), цели (остановить заговор). В приведенном логлайне нет прямого упоминания антагониста и конфликта.

В логлайне к кинофильму «*Mary Poppins Returns*» ‘Мэри Поппинс возвращается’ описываются время событий, протагонист, проблема, а также цель: *Decades after her original visit, the magical nanny returns to help the Banks siblings and Michael's children through a difficult time in their lives* ‘Спустя десятилетия после своего первого визита волшебная няня возвращается, чтобы помочь братьям и сестрам Бэнкс и детям Майкла в трудные для них времена’. В данном логлайне также отсутствует информация об антагонисте и конфликте. Таким образом, антагонист и конфликт – наименее обязательные компоненты предлагаемой Г. Шиммином формулы логлайна.

Анализ рассмотренных логлайнов показывает, что обязательных компонентов, входящих в логлайн, два: главный герой и проблема/цель/событие.

Главный герой всегда является неотъемлемым компонентом сюжета. Чаще всего его имя не упоминается в логлайне, вместо этого используются лексические средства, указывающие профессию или социальный статус героя, а также прилагательные, которые могут наиболее полно охарактеризовать героя истории: *a faithful mother* ‘преданная мать’ (кинофильм «*Breakthrough*» ‘Прорыв’), *a free-spirited woman in her 50s* ‘свободолюбивая женщина за 50’ (кинофильм «*Gloria Bell*» ‘Глория Белл’), *a 90-year-old horticulturist and Korean War veteran* ‘90-летний садовод и ветеран Корейской войны’ (кинофильм «*The Mule*» ‘Наркокурьер’).

В то же время, логлайн может содержать имя героя, если оно принадлежит известной личности, например, Фредди Меркьюри (логлайн к фильму «*Bohemian Rhapsody*» ‘Богемская рапсодия’), Мэри Поппинс (логлайн к фильму «*Mary Poppins Returns*» ‘Мэри Поппинс возвращается’). Также исключением может быть случай, когда имя персонажа является ссылкой на ранее известный зрителю фильм. Например, герой одноименного фильма «*Bumblebee*» ‘Бамблби’ может быть знаком зрителям по фильмам серии «Трансформеры», поэтому его упоминание в логлайне рассчитано на аудиторию, знакомую с данной серией. Встречаются также примеры логлайнов с указанием имени главного героя, употребление которого не обосновано и не несет особой смысловой нагрузки. В таком случае это можно рассматривать как предпочтение составителя логлайна.

Главным героем в фильме может быть не один человек, а группа людей, например, *six strangers* ‘шесть незнакомцев’ (кинофильм «*Escape Room*» ‘Клаустрофобы’), *a former wrestler and his family* ‘бывший борец и его семья’ (кинофильм «*Fighting With My Family*» ‘Борьба с моей семьей’).

Второй обязательный элемент логлайна – цель, проблема или событие. Именно этот компонент является двигателем всей истории. К примеру, логлайн к кинофильму «*Glass*» ‘Стекло’ содержит цель – выследить человека с нарушением психики. В логлайне к кинофильму «*The Prodigy*» ‘Омен: Перерождение’ отражена проблема – странное поведение сына. Логлайн к кинофильму «*Bohemian Rhapsody*» ‘Богемская рапсодия’ описывает событие – знаменитое выступление группы Queen на концерте Live Aid.

Логлайн передает развитие истории, поэтому авторами выбираются соответствующие лексические средства – слова-двигатели (*struggle* ‘бороться, пытаться’, *fight* ‘сражаться’ и др.), поскольку они представляют цель исто-

рии, действие, указывают на драматичность событий. Примером может быть логлайн к кинофильму «If Beale Street Could Talk» ‘Если Бил-стрит могла бы заговорить’: *A woman in Harlem embraces her pregnancy while she and her family struggle to prove her fiancé innocent of a crime* ‘Женщина в Гарлеме свыкается с мыслью о своей беременности, пока она и ее семья пытаются доказать, что ее жених невиновен в совершении преступления’.

Анализ показывает, что такие компоненты логлайна, как место и время событий, антагонист, конфликт, факультативны и могут встречаться в разных комбинациях. Место и время упоминается в том случае, если это влияет на восприятие сюжета. Например, для понимания проблем, связанных с расизмом, в логлайне к кинофильму «Green Book» ‘Зеленая книга’ важно упоминание того, что события происходят на Юге США в 1960-е годы. Антагонист (противник главного героя) упоминается в тех случаях, когда он принципиален для понимания конфликта, как, например, в логлайне к кинофильму «Us» ‘Мы’ семье противостоит группа двойников: *A family’s serenity turns to chaos when a group of doppelgängers begins to terrorize them* ‘Спокойная жизнь семьи превращается в хаос, когда группа двойников начинает их терроризировать’.

Включение одновременно и проблемы, и цели, и события перегружает логлайн, поэтому встречается довольно редко. Предпочтение отдается одному или двум из вышеупомянутых компонентов.

В большинстве логлайнов не встречается упоминание имен авторов или режиссеров, названий и ссылок на другие фильмы, однако есть случаи, когда это оправдано содержанием фильма или является предпочтением составителя логлайна. Это может привлечь внимание определенной целевой аудитории, знакомой с писателем, режиссером или ранее вышедшими фильмами, которые упоминаются в логлайне. Например, логлайн к кинофильму «Hellboy» ‘Хеллбой’ включает имя автора романа, на котором основан фильм: *Based on the graphic novels by Mike Mignola, Hellboy, caught between the worlds of the supernatural and human, battles an ancient sorceress bent on revenge* ‘Основанный на ярких романах Майка Миньолы, Хеллбой, оказавшийся между мирами сверхъестественного и человеческого, сражается с древней волшебницей, жаждущей мести’.

Еще одной характеристикой логлайнов является использование глаголов в настоящем времени. Например, логлайн к кинофильму «Donnybrook» ‘Доннибрук’: *Two men prepare to compete in a legendary bare-knuckle fight where the winner gets a \$100,000 prize* ‘Двое мужчин готовятся к участию в легендарной схватке, победитель которой получит приз в размере 100 000 долларов’; к кинофильму «Greta» ‘В объятиях лжи’: *A young woman befriends a lonely widow who’s harboring a dark and deadly agenda toward her* ‘Молодая женщина завязывает дружбу с одинокой вдовой, у которой на нее тайные смертельно опасные планы’.

Как видно из вышеприведенных примеров, логлайн чаще всего выражен одним распространенным предложением, как правило, содержащим около 20–25 слов. Встречаются также логлайны, имеющие в своем составе два предложения. Например, логлайн к кинофильму «The Final Wish» ‘Последнее

желание': *After the death of his father, Aaron returns home to help his grief-stricken mother and to confront his past. Going through his dad's belongings, he comes across a mysterious item that is more than it seems* 'После смерти отца Аарон возвращается домой, чтобы помочь своей убитой горем матери и встретиться со своим прошлым. Просматривая вещи своего отца, он находит загадочный предмет, скрывающий больше, чем кажется на первый взгляд'.

Таким образом, логлайн как краткая аннотация к кинофильму может иметь различную структуру. Лексико-синтаксические характеристики логлайна определяются набором его компонентов (главный герой, место и время событий, ситуация, проблема, цель, конфликт, антагонист), содержанием кинофильма, а также намерением составителя логлайна.

А. О. Тригубович

КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

В первую очередь, следует отметить, что до сих пор нет однозначного определения такого понятия, как культурно-специфическая лексика. Применительно к художественной литературе данное понятие также часто понимается как фоновая, культурно-маркированная лексика, культураны, реалии и др. Лексику такого рода предлагается определить как слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке.

Питер Ньюмарк, профессор перевода в университете Суррея, ввел понятие «культурное слово», которое «в большинстве случаев непонятно читателю, а переводческие стратегии в отношении таких слов должны учитывать конкретный тип дискурса, требования читателя, а также роль, которую это слово играет в данном тексте». Такой подход позволяет нам понимать перевод художественного текста как процесс передачи, в первую очередь, культурно-специфической лексики.

При переводе реалий прибегают, в основном, к следующим способам их передачи (примеры взяты из романа ирландского писателя Колма Тойбина «Бруклин»):

1. Транслитерация и транскрипция видятся как наиболее целесообразные способы передачи имен собственных и названий географических объектов: *Friary Street* – 'улица Фрайери-Стрит', *'Clerys'* – 'магазин «Клерис»', *Rafter Street* – 'улица Рафтер-Стрит' и др.;

2. Прием калькирования может быть использован при переводе следующих реалий: *Arnold's Cross* – 'церковное поместье Арнольда', *'Athenaeum'* – 'клуб «Атенеи»', *the Gresham Hotel* – 'отель «Грешам»', *Lady Captain's Day* – 'День женщины-капитана', *the Mercy Convent* – 'женский монастырь Милосердия' и др.;

3. Функциональный аналог может быть найден в следующих случаях: *golden syrup* – ‘кукурузный сироп’, *Courtnacuddy Bus* – ‘деревенская потаскушка (вульг.)’, *Hatchethead* – ‘монор-башка (пренебр.)’, *flea-pit* – ‘киношка (забегаловка)’ и др.;

4. Очень популярным применительно к художественной литературе является способ передачи реалий при помощи трансформации: *the Watergate* – ‘Уотергейтский скандал’, *Woodstock* – ‘Вудстокский фестиваль-ярмарка’, *Thanksgiving parade* – ‘парад в честь Дня благодарения’, *SAT (Scholastic Assessment Test)* – ‘экзамен на определение академических способностей’ и др.;

5. Родо-видовая замена может быть использована в следующих случаях: ‘*Cutty Sark*’ – ‘виски (поскольку уточнение марки в данном контексте видится нецелесообразным)’, *Pellegrino* – ‘минеральная вода’, *pehi* – ‘безалкогольный напиток’ и др.;

6. Описательный перевод: *snagger* – ‘уверенная походка’, *conk* – ‘гладкая прическа из искусственно выпрямленных волос (особенно у афроамериканцев)’, *suicide door* – ‘автомобильная дверь с задним расположением петель’, *skybox* – ‘ВПП-ложка на стадионе’.

Таким образом, ясно, что реалии, являясь неотъемлемой частью любого художественного произведения, требуют особого подхода при переводе. При выборе же конкретного способа передачи такой лексики средствами языка перевода следует опираться на тип дискурса, требования целевой аудитории и роль, которую данные лексические единицы играют в данном тексте.

В. В. Чалагаева

СИНТАКТИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ТОНАЛЬНОСТИ НОВОСТНОГО ДИСКУРСА НА АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

В современном информационном пространстве дискурс СМИ, или медиадискурс, является одним из основных источников знаний о мире и происходящих в нем событиях. В СМИ в целом информационные жанры не только сообщают оперативную информацию о событиях в стране и за рубежом, но и являются средством воздействия на сознание массовой аудитории. Такое воздействие осуществляется как фактуальным содержанием, так и путем использования языковых средств, передающих эмоциональные состояния и отношения, которые создают тональность дискурса.

В новостном дискурсе, в котором адресант, то есть журналист не должен выражать собственные чувства и эмоции, под тональностью мы понимаем способ представления информации адресантом, при котором он передает эмоциональные состояния и отношения участников событий в характеристиках, создающих позитивную, негативную или нейтральную эмоциональную окрашенность сообщения.

Несмотря на то, что лидирующую роль в передаче эмоционального состояния исследователи отдают лексическим средствам языка (в первую

очередь благодаря их многообразию), синтактико-стилистические средства также являются отчетливо наблюдаемыми и легко узнаваемыми индикаторами переживаний по поводу описываемых событий.

Среди примет эмотивного синтаксиса Л. А. Стрельницкая особо выделяет конструкции, приближенные по своему строению к оборотам разговорной речи: эллиптические предложения, присоединительные и парцелированные конструкции, выражающие своим скачкообразным ритмом эмоциональное состояние говорящего, различные типы повторов, указывающие на интенсивность выражаемой эмоции. Отдельно следует упомянуть различные виды инверсии (изменение стандартного порядка слов в предложении) – свойство, на которое в аналитическом английском языке падает заметно больший акцент, чем в синтетическом русском языке, где порядок слов в предложении значительно более гибкий.

Установлено, что в хронике на английском и русском языках функционирует различный перечень синтактико-стилистических средств.

Для англоязычной хроники характерно употребление параллельных структур, градации и вопросно-ответных конструкций, тогда как для русскоязычной – эллипсиса и параллельных структур.

Прагматическая роль параллельных структур заключается в том, что они придают высказыванию динамичность, передают быструю смену действий, оказывая таким образом давление на адресата речи. По мнению исследователя Т. А. Сысоевой, использование параллелизма создает ритмичность, большую живость, что способствует более четкому восприятию, усиливает эмоциональное воздействие текста. Рассмотрим пример: *The City of London's most outspoken bear says the world is heading for a financial crisis as severe as the crash of 2008–09. Developments in the global economy will push the US back into recession. Albert Edward told a London conference. 'The financial crisis will reawaken. It will be every bit as bad as in 2008–09. It will turn very ugly indeed.* Использование параллельных структур способствует усилению негативной тональности, создаваемой эмотивом *severe* и *ugly*.

В русскоязычной газетной хронике параллельные структуры используются преимущественно в текстах, повествующих о происшествиях и несчастных случаях: **Киев подтвердил факт подрыва автомобиля у КПП «Марьянка-2» в Донбассе. Водитель минивэна проигнорировал знаки, предупреждающие о минах, и выехал на обочину. Двое из находившихся в автомобиле людей погибли на месте, один позднее скончался в машине скорой помощи.**

Отличительной чертой русскоязычной газетной хроники, в сравнении с англоязычной, является использование эллипсиса. С одной стороны, эллипсис ведет к лаконичности и краткости изложения. С другой стороны, это средство может создавать «эффект неожиданности, динамизма, способствуя выдвиганию релевантной информации в фокус внимания читателя и апелляции к эмоциям адресата» (Т. Н. Гребень). В результате употребления эллипсисов в качестве средства выдвигания наиболее релевантная информация получает статус маркированной и оказывается в центре внимания. Самыми распространенными в русскоязычной хронике являются эллиптические

конструкции с пропущенным сказуемым и подлежащим и сказуемым: *В стране проходит первый этап репетиционного тестирования, который закончится в декабре. Стоимость теста по одному предмету – 7 рублей. Второй этап пройдет в январе-феврале, третий – с марта по апрель.*

Отличительной чертой англоязычной хроники является использование градации, усиливающей позитивную или негативную тональность хроники. Рассмотрим фрагмент хроники, в котором с помощью цитаты приведены слова лидера Лейбористской партии Джереми Корбина в ответ на кадровые перестановки в правительстве: *Jeremy Corbin says his controversial frontbench reshuffle has made Labour **stronger, more appealing, more diverse and more coherent**, insisting again that he can lead the party to general election.*

Авторы британской газетной хроники используют вопросно-ответные конструкции, тем самым привлекая внимание к обсуждаемой проблеме, а также приглашая адресата поразмышлять над ней: *Is the fax set for a comeback? Michael Lynton, the boss of Sony Pictures, has admitted to writing sensitive messages by hand and sending them by fax since the cyber attack, which caused massive embarrassment and millions of dollars of damage.*

Таким образом, проведенный анализ показал, что синтаксические фигуры речи могут усиливать позитивную или негативную тональность газетной хроники, создаваемую лексическими средствами. В случае отсутствия эмотивной лексики и образных средств синтактико-стилистические средства повышают выразительность текста нейтральной тональности. Необходимо отметить, что функционирование синтактико-стилистических средств обнаруживает сходства и различия в текстах газетной хроники на двух языках. К отличительным чертам относится употребительность градации и вопросно-ответных комплексов в англоязычной хронике и эллипсиса – в русскоязычной. Использование градации и вопросно-ответных комплексов свидетельствует о большей эмоциональности англоязычной хроники, делая ее текст «живым»; использование эллипсиса в текстах исследуемого жанра на русском языке объясняется жанрово-стилистическими характеристиками хроники с одной стороны, и разносистемностью сопоставляемых языков с другой.

Д. Ю. Шаргаева

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-ДИДАКТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НА АНГЛИЙСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ¹

Детская передача как разновидность развлекательно-дидактического дискурса играет весомую роль в процессе усвоения ребенком норм, правил,

¹ Исследование выполнено в рамках научно-исследовательской работы «Коммуникативный и лингвопрагматический профиль участников детского теледискурса в сопоставительном аспекте» при поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований (договор с БРФФИ № Г18М-158 от 30.05.2018 г.).

ценностей, принятых в обществе, и способствует его адаптации к существующим реалиям. В таких программах, выполняющих развлекательную функцию, также реализуется дидактический потенциал, заключенный в проблемной ситуации. В ходе ее решения происходит вербализация новой информации и осуществляется познавательная деятельность.

В рамках исследования содержания детских программ можно выделить два плана: повествовательный (сюжет) и дидактический (проблемная ситуация и способы ее решения). Чтобы максимизировать когнитивные ресурсы, доступные детям для обработки проблемной ситуации, исследователи предлагают максимально интегрировать повествовательный и образовательный планы, сделав проблемную ситуацию центральной частью сюжета.

Ведущий, как адресант сообщения, не может непосредственно контролировать степень вовлеченности зрителей в проблемную ситуацию, что вызвано отсутствием обратной связи. Поэтому необходимо постоянно поддерживать зрительский интерес. Также нужно учитывать различный уровень аудитории и особенности восприятия информации, так как дети не проявляют интерес к сюжетам, не привлечшим их внимания, а также не получают познавательный опыт из ситуаций, содержащих не понятную для них информацию.

Управление вниманием аудитории может осуществляться невербально: путем смены обстановки, видеороликов, звуковых и визуальных эффектов, а также вербально, посредством коммуникативных тактик, реализующих стратегию привлечения внимания.

Чтобы завладеть вниманием зрительской аудитории, ведущий может менять тему беседы, обращать внимание зрительской аудитории на основные моменты дискуссии, управлять ходом программы, используя тактику переключения темы. Также в рамках данной тактики возможно переключаться между повествовательным и дидактическим планом программы, например: *This trolley moves because of electricity that's turned on when I flip this switch. There are so many things to learn in this world, aren't there?*

Ведущий часто обращается (задает вопросы) как к персонажам, так и ко всей зрительской аудитории, применяя тактику вовлечения зрителя в диалог, например: *Добры вечар, дзетачкі, мае любыя кветачкі! Прабачце за мой голас, трошкі прастудзіўся.* (обращаясь к зрителям, до появления персонажей в студии); *Well, what do you think they've decided? We'll pretend about that in a neighborhood of make-believe.* Эта тактика предполагает, что адресат представляет собой равноправного субъекта коммуникации, который принимает непосредственное участие в дискуссии, а не пассивную аудиторию.

Для выражения положительной либо отрицательной оценки фактов и событий используют тактику идентификации. Ведущий программы для детей, разъясняя свою точку зрения, подчеркивает общность своего мнения с мнением зрителей: *And you'll find that the people who love you best are the ones you learn the most from. And the more they teach you and the more you learn the better feeling you have about yourself in the world we live in.*

Говоря о детской передаче, необходимо учитывать способность зрителей воспринимать информацию и следить за сюжетом. В этой связи отмечается употребление тактики прогнозирования, которая предполагает изложение ожидаемого хода событий, которое основывается на определяющих интересах участников программы, например: *Well they're deciding what to do right now over at the school. We'll soon know.* Данная тактика также позволяет удерживать интерес зрительской аудитории, сохраняя интригу.

Таким образом, сочетание невербальных способов реализации стратегии привлечения внимания с коммуникативными тактиками позволяет достичь полноценного эффекта воздействия на духовную, социальную и эмоциональную стороны зрителей, а также формировать у детской аудитории знания и установки, необходимые для функционирования в современном обществе.

Т. Ю. Щепачёва

СПЕЦИФИКА ВЫРАЖЕНИЯ СОЧУВСТВИЯ В ПИСЬМАХ-СОБОЛЕЗНОВАНИЯХ В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Выражение соболезнования является неотъемлемой частью речевого этикета каждой лингвокультуры и обладает высокой социальной значимостью в процессе межличностной коммуникации. Эта группа социативов используется для выражения сочувствия большому горю, сожаления об утрате и сострадания к переживаниям адресата согласно принятым в обществе традициям и нормам речевого поведения. Соболезнование может быть выражено устно или письменно, носить неформальный или официальный характер, адресовано близкому или незнакомому человеку. Важными элементами соболезнования как речевого акта независимо от условий, формирующих коммуникативную ситуацию, являются искренность, деликатность, баланс между «сухими» шаблонными формулировками и эмоциональностью.

Изучение данного коммуникативного явления в рамках англо- и русскоязычных лингвокультур представляет особый интерес, так как выявление его особенностей позволит повысить коммуникативную компетентность изучающих английский язык и избежать коммуникативной неудачи.

Наиболее распространенной формой выражения соболезнования в обеих лингвокультурах является устная. Несмотря на это, именно она наиболее сложна с точки зрения определения структурных и языковых особенностей. Это связано с тем, что по мере снижения уровня формальности ситуации высказывания становятся менее клишированными и обретают произвольный характер как результат переживаний коммуниканта.

При выражении соболезнования в письменной форме адресант имеет возможность тщательно продумать содержание послания, что придает письму более структурированный характер. Написание писем-соболезнований активно используется в деловой корреспонденции в целях выражения сожаления и сочувствия в связи с кончиной родственников или коллег

адресата, стихийного бедствия, серьезных трудностей в деятельности организации. Структура деловых писем-соболезнований на английском и русском языках, как правило, универсальна и включает следующие компоненты: **‘обращение’** (*Dear ‘уважаемый/ая/ые’*), **‘выражение соболезнования’** (*It was shocking to learn about the sudden/ untimely/ premature death of your partner/ colleague/ Managing Director ‘Новость о преждевременной смерти вашего партнера/ коллеги/ управляющего явилась для нас потрясением’; I understand what a serious loss it is to you and your business, caused by the passing away of Mr. Smith. ‘Я знаю, какой потерей для вас и вашего бизнеса является уход из жизни мистера Смита’; Мы глубоко скорбим о смерти ...; Я был глубоко опечален известием о смерти ... и хочу выразить мое искренне сочувствие Вам и другим сотрудникам*), **‘воспоминания об умершем, перечисление его положительных качеств’** (*He was a source of strength and inspiration to many other entrepreneurs. ‘Он был источником силы и вдохновения для многих других предпринимателей’; Её преданность своей работе снискала ей уважение и любовь всех, кто ее знал*), **‘повторное выражение соболезнований’** (*My colleagues join me in sending their deepest condolences on this occasion. ‘Мои коллеги присоединяются ко мне и передают вам свои глубочайшие соболезнования’; Примите, пожалуйста, наши искренние соболезнования*) и **‘выражение вежливости, которым заканчивается письмо’** (*With (best) regards, ... ‘с уважением ...’; Sincerely, ... ‘искренне Ваш(а), с уважением’; With sincerest sympathies, ... ‘с искренними соболезнованиями...’; с уважением...; от имени ...; название организации, имя*).

Письмо-соболезнование может быть проявлением не только деловой этики. В отличие от английской в русской лингвокультуре написание неформальных соболезнований является более редким явлением и используется, в основном, тогда, когда человек, желающий выразить поддержку, не имеет возможности сделать это лично в устной форме. Эта особенность сложилась исторически. В XVIII-XIX веках эпистолярная культура была неотъемлемой частью повседневной жизни дворян. В отсутствии альтернативных видов коммуникации письмо было средством не только передачи информации, но и выражения чувств, эмоций, оценок, как при личном общении. Содержание писем было очень похоже на доверительную беседу и основывалось на речевых оборотах и эмоциональных окрасках, свойственных устному разговору. Они отражали индивидуальность и внутреннее состояние автора. Историки отмечают, что в XVIII веке интерес к теме смерти в российском обществе значительно ослаб. Феномен смерти, связанный прежде всего с религиозными представлениями, отошел в светском обществе на второй план. Эта тема перешла в разряд своего рода «табу». Вместе с этим была утрачена и эстетика соболезнования, сочувствия, что не могло не сказаться на эпистолярной культуре общества. В результате, утешительные письма перешли в разряд формального этикета.

Напротив, в англоязычной лингвокультуре практика написания писем-соболезнований, в том числе неформальных, надежно закрепились и в наше

время является одним из традиционных способов выражения сочувствия. Структурно неформальные письма схожи с официальными: **обращение** (*Dearest..., My Dear Friend..., Dear..., Dear Ms./Mrs./Mr./Dr....*), **выражение соболезнования** (*I was deeply saddened to hear about the death of ...* ‘Я был глубоко опечален, узнав о смерти...’; *Words can't express how saddened we are to hear of your loss* ‘Невозможно описать словами, как мы опечалены известием о вашей утрате’), **воспоминания об умершем и событиях в жизни, связывающих его/ее и адресанта, упоминание его хороших качеств** (*Jane was one of the kindest, most caring people we knew, and always went out of her way to help friends and relatives.* ‘Джейн была одним из самых добрых и ласковых людей, которых мы знали, и всегда помогала друзьям и родственникам’; *I only know that I am going to miss him like crazy and I will never forget the warmth and the comfort along with so many beautiful memories I shared with John.* ‘Я только знаю, что буду безумно скучать по нему и никогда не забуду его человеческое тепло и прекрасные проведенные вместе моменты’), **повторное выражение соболезнования** (*Please convey our feelings especially to your mother at this difficult time.* ‘Пожалуйста, передай наши соболезнования в особенности вашей маме в это тяжелое время’; *I wish you and your family much strength to overcome this very great loss.* ‘Желаю вам и вашей семье сил для того, чтобы пережить эту тяжелую потерю’), **предложение помощи** (*I would just like you to know that you can contact us for any assistance, and we will support you in any way we can.* ‘Знайте, что, если вам нужна будет любая помощь, вы можете связаться с нами, и мы поможем и поддержим вас, как только сможем’; *Please do let me know if I can help or support your family in anyway. I will be honored to help.* ‘Пожалуйста, напишите, если я могу помочь вашей семье чем-нибудь или поддержать вас. Для меня будет честью помочь вам’), **выражение вежливости, завершающей письмо** (*May John rest in peace, ...* ‘Пусть душа Джона покоится с миром, ...’; *In sympathy, ...* ‘с соболезнованиями...’; *With deepest sympathies, ...* ‘с глубочайшими соболезнованиями...’; *Warmest regards, ...* ‘с сердечными пожеланиями’; *With you in prayer each moment, ...* ‘В молитвах пребывая с вами...’).

В Великобритании, США, Канаде распространена практика использования открыток-соболезнований (*sympathy cards*). Так, например, компания Hallmark (США) выпускает траурные открытки с уже готовым текстом, который может быть посвящен утрате кого-то конкретного из родных и близких. Ряд компаний предлагает готовые соболезнования в связи с утратой питомцев. Анализ содержания открыток-соболезнований показал, что основной акцент делается на воспоминаниях и любви к умершему, нежели на глубине горя в связи с его утратой. Данные выводы подтверждают минимизация слов и высказываний, формирующих атмосферу траура, и активное использование фраз, выражающих сердечную поддержку и веру в светлое будущее (*We can't know why some things happen... but we can know that love and beautiful memories outlast the pain of grief. Wishing you comfort, peace and hope in this time of sadness.* ‘Мы не знаем, почему происходят некоторые

вещи... но знаем наверняка, что любовь и прекрасные воспоминания переживут боль и скорбь. Примите искренние слова поддержки и пожелания мира и надежды в это трагическое время'; *Her love will always be with you. Your mother shaped your world, and in time your world will be beautiful again... the way she helped you see it.* 'Ее любовь всегда будет с тобой. Мама создала твой мир, и со временем он снова станет прекрасным... таким, каким она помогала тебе его видеть').

В отличие от англоговорящих стран в русской лингвокультуре письма-соболезнования широкого распространения не получили. В настоящее время этот способ выражения сочувствия считается устаревшим. Вместе с тем этикет русскоязычного траурного дискурса принципиально не исключает возможности направления таких писем. В таком случае текст пишется от руки, чтобы придать письму более искренний, личный характер.

Результаты исследования имеют практическую ценность и могут быть использованы в учебной практике, в том числе в рамках преподавания курса «Практикум по культуре речевого общения».

Круглый стол «ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЛЕКСИКИ»

Л. Г. Бондарчук, К. Рожнова

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КИНОРЕЦЕНЦИИ

В постиндустриальном обществе XXI в. маркетинг, как технология и искусство продавать, охватывает все области современной жизни, превращая любой объект (от повседневных вещей до сущностей духовной и интеллектуальной культуры) в товар, имеющий цену. Одним из условий успешного позиционирования и продвижения товара на рынке является, качественный текст, интерпретация которого заставит купить предлагаемый товар. Реклама традиционных товаров развивается довольно успешно уже только по той причине, что имеется реальный спрос на определенные товары, ставшие благодаря той же рекламе предметами первой необходимости современного человека. Для того, чтобы оценить и продать объекты, не имеющие очевидных физических качеств и не входящие в круг предметов современного материального комфорта, маркетологи обращаются к академическим жанрам, не имевшим ранее рыночной ориентации. В частности, речь идет о кинокритиках, которые все чаще становятся ориентирами в кинобизнесе, являющимся сегодня одним из самых доходных.

В настоящее время развилась целая индустрия по производству рекламных сообщений, которые, хотим мы того или нет, проникают в сознание человека. Производители занялись рекламированием своих товаров и услуг на уровне создания новой системы ценностей, тесно связанной с расточительством и тратой денег на товар, не обладающий полезными свойствами. Практика рецензирования неизбежно оказалась под влиянием существенных изменений и стала активно использоваться в поле активных рыночных отношений для удовлетворения запросов потребителя и выполнения поставленных условий заказчика. Следует отметить два новых аспекта использования рецензии: во-первых, она стала использоваться для рекламы товаров, ранее не входивших в круг ее объектов; во-вторых, для продвижения классических объектов рецензии (предметов науки, искусства и культуры) стали применять рекламные технологии.

В академическом плане рецензия относится к жанрам журналистики, а также к научной и художественной критике. В журналистике рецензия рассматривается как отзыв, в первую очередь критический, о произведении науки, литературы или искусства. Рекламная ориентация рецензии направлена на подробный анализ рекламируемого объекта с детализированным разбором его достоинств. Следовательно, рекламная рецензия ориентирована только на положительную оценку с целью продвижения того или иного товара, в отличие от рецензии журналистической, сфокусированной прежде всего на критической оценке. «Рекламные достоинства» рецензии состоят

в том, что для целевой публики она пока еще сохраняет объективные качества, присущие журналистической рецензии: критический подход, автор – известный специалист или эксперт в данной области, именно поэтому в рекламной сфере активно осваивается инструментарий журналистики. К примеру, рекламный текст в современных СМИ подается как редакционная реклама (сообщение рекламодателя, имитирующие газетные и рекламные публикации) и традиционная реклама, т.е. материал, не маскирующийся под журналистский текст.

В эпоху потребления рекламная ориентация рецензии вызывает как положительную, так и так и отрицательную реакцию. Объединение журналистики и рекламы вызывает возмущение в среде журналистов «старой школы», которые считают, что реклама в том виде, формах и масштабах, в каких она существует в современных СМИ, есть специально замаскированное под журналистское рекламное или пропагандистское сообщение, незаконно или неофициально продаваемое редакции и столь же нелегально размещаемое редакцией в своем СМИ. Новое поколение журналистов, в свою очередь, не видит в этом никаких этических проблем, принимая написание рекламных текстов по академическим образцам как легальный заработок, так как яркая, хорошо написанная рецензия повышает покупательскую активность, обеспечивая продвижение нового произведения. Вместе с тем, потребительский подход к рецензии ставит под вопрос основную, исконную предназначенность данного жанра, которая заключается в том, чтобы быть средством честного ориентирования публики в литературно-художественном процессе, средством эстетического просвещения, стимулирующим освоение обществом новой продукции духовного творчества.

Сегодня аргументация кинокритики и рекламных текстов все более сближаются. Критик все меньше должен представлять как серьезный, опытный эксперт, находящийся на огромной дистанции от простого обывателя, который покупает билеты в кино и который больше доверяет мнению соседа, чем интеллектуалу-критику. Люди, уже привыкшие строить свою жизнь по указаниям рекламы, точно также начинают относиться к такому «товару» как фильм, им нужны конкретные регулятивные установки. Данный факт вынуждает кинокритиков менять классические правила написания рецензии с глубоким анализом и прибегать к рекламным технологиям. Вместе с тем, в отличие от стирального порошка и других товаров повседневной значимости фильм все-таки, если и может рассматриваться как товар, но другого типа – духовного или интеллектуального. Данная ситуация вынуждает авторов рецензий искать свои «рекламные» уловки, синтезирующие примитивные маркетинговые шаги и приемы манипуляции более сложными сущностями: эмоциями высокой наполненности, ценностными установками.

В качестве объекта исследования на французском языке мы взяли рецензию на фильм режиссера Билла Кондона «*La Belle et la Bête*» 'Красавица и Чудовище'. Кинокартина стала самым кассовым фильмом 2017 года, в чем также заслуга рецензий авторитетных кинокритиков. В целом мы пришли к выводу, что основной коммуникативной стратегией является стра-

тегия формирования максимально широкой целевой аудитории, которая реализуется через номинативную тактику и тактику информирования с элементами рекламы. Критики выдвигают аргументы для разных групп возможных зрителей: от фанатов франшизы (в основном детей, поскольку речь идет об очередной экранизации сказки) до представителей взрослого населения. В лингвистическом плане указанные стратегии и тактики вербализуются следующим лингвистическими средствами.

В первую очередь, нужно назвать прилагательные, которые формируют следующие тематические цепочки.

Цепочка прилагательных, подчеркивающих реализм, правдоподобие ситуаций и персонажей как основное отличие от предыдущих экранизаций: *une vrai plus-value, crédible, les prises de vue réelle, un réel projet artistique, la vie réelle*. Многочисленный повтор прилагательного *réelle* в разных комбинациях усиливает вышеуказанную идею.

Цепочка прилагательных, выражающих оценку художественных достоинств рецензируемого фильма: *véritables classiques, l'un de ses plus grands succès, un véritable chef-d'œuvre, la plus pure tradition des grandes comédies romantiques hollywoodiennes, le prochain classique des studios Disney, la réussite totale, un duo irrésistible*.

Рецензент подобрал также очень выразительные прилагательные для характеристики высокой эстетики фильма: *d'une beauté visuelle saisissante, le fantasy flick parfait, un film pétillant, des décors à l'esthétique soignée, le film choral d'une grande beauté, la mise en scène remarquable, d'une qualité aussi irréprochable, un vibrant hommage au film de 1992*.

Ключевые существительные также подчеркивают основные достоинства фильма: *la réussite, l'évolution, le réalisme sans précédent, la vraisemblance d'une adaptation, une touche de magie, la modernité de ton*.

Качества, выраженные прилагательными, усиливаются удачно подобранными выразительными наречиями: *l'évolution est particulièrement notable, la Bête qui devient soudainement bien plus crédible, ils chantent divinement bien*.

Глагол *creuser* в словосочетании *creuser davantage l'histoire* получает высокую экспрессивность, которая подчеркивает сложность и глубину работы, проделанной всей командой, для придания фильму реалистичности.

В рецензию включены англоязычные заимствования, которыми молодежь и образованные люди характеризуют фильмы: *casting, décors, le fantasy flick parfait, entreprise live*.

В результате, коммуникативные стратегии, удачно реализованные разнообразными эмоционально маркированными лингвистическими средствами, позволили представить исключительно положительную оценку фильма, в чем и есть рекламная составляющая рецензий нашего времени. Вместе с тем сохранены основные характеристики рецензии как экспертного заключения авторитетного специалиста: богатый вокабуляр, сложный синтаксис, благодаря чему логически доказываются положительные качества фильма, а не просто заявляются, как это делается в рекламе.

ЦЕННОСТНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ФРАНЦУЗСКИХ РЕАЛИЙ-НЕОЛОГИЗМОВ

Ежегодное регулируемое пополнение французских словарей Robert, Larousse, в реестры которых вносится, согласно установленной квоте, порядка 150–200 новых лексических единиц, уже определенным образом отражает лингвокультурологическую специфику самого французского языка и имеет большую значимость для лингвистических исследований соответствующего направления. Так, предметом активного изучения становятся не только структурные и словообразовательные, но содержательные и функциональные характеристики неологизмов, называющих реалии и ключевые понятия социальной жизни французов.

Французская нация, руководствуясь в межличностных отношениях девизом «*Liberté, Égalité, Solidarité*» ‘свобода, равенство, солидарность’, характеризуется высокой социальной активностью и готовностью к оказанию взаимопомощи, к солидарности. Отсюда постоянная потребность в именовании групп людей, объединяющихся между собой в процессе выполнения совместной задачи или совместного достижения цели, или самих совместных акций и социативных ситуаций.

Наблюдая за происходящими социальными процессами французского общества со стороны, мы имеем уникальную возможность быть не только свидетелями различных исторически и социально значимых событий, но и непосредственно самого поиска слов, обозначающих актуальные реалии. Тот факт, что в словаре 2019 г. закрепились сложная номинация *violences faites aux femmes* ‘насилие в отношении женщин’, а не предлагаемая активистами *gynophobie* ‘женофобия’ показывает, что экстралингвистические факторы, а именно вмешательство отдельных государственных или политических институтов либо политических и общественных деятелей, не оказываются достаточными для фиксации неологизмов. В этой связи правомерно обращение к собственно языковым феноменам, в том числе и к механизму закрепления в семантической структуре подобных номинаций особого содержания, которое мы определяем как ценностное. Объективируемое во французском языкознании термином *valeur*, оно в значительной степени определяется коллективным языковым сознанием и словотворчеством, которые, в свою очередь, не могут подчиняться индивидуально-личностным установкам. Само ценностное содержание проявляется в условиях так называемых маркированных или аксиологических употреблений лексических единиц, обусловленных эстетическими, моральными, идеологическими ценностями нации или формирующих ее сообществ. Очевидно, что объем и наполнение ценностного содержания ЛЕ предопределены также спецификой категориальной семантики имени существительного, объективирующего элементы коллективного сознания или памяти, т.е. принадлежностью к тому или иному лексико-семантическому разряду. Ввиду того, что социокультурной насыщенности французских имен собственных посвящено большое число исследований, мы обращаем внимание на малоизученные на сегодняшний день

языковые факты, а именно на обобщающие номинации социокультурных феноменов, активно входящих в современный словарь французского языка. Как правило, коллективное языковое сознание «ответственно» за семантические изменения и новых интерпретации ЛЕ, именующих события или исторические даты. Так, в создании национальной языковой картины мира важную роль играют французские ЛЕ, отсылающие к общественным потрясениям мая 1968 г.

Понятие *valeur* ‘значение’ было введено в терминологический аппарат лингвистики Л. Фердинандом де Соссюром в начале XX в., при описании системы языка для обозначения элемента значения слова, представляющего, с одной стороны, отношение между словами и вещами или идеями, обозначаемыми ими, а с другой стороны, связь между самими словами. В настоящее время в грамматических исследованиях *valeur* синонимично термину *signification* и отсылает к категориальной сущности языковых форм и структур, например, к видовым значениям временных форм. В отношении лексических единиц правомерно говорить о релевантности ценностного содержания (*valeur*) при их реализации в контексте: *valeur sémantique – ce que signifie quelque chose, le sens qu'il exprime (ex. signification de ce proverbe)* [Sensagent : Encyclopédie en ligne] ‘смысловое содержание – то, что обозначает что-то, смысл, который он выражает (например, значение этой пословицы)’. А также: *nuance de sens que prend un mot dans la phrase considérée, effet littéraire produit* [Larousse] ‘смысловой оттенок, который приобретает слово в рассматриваемой фразе, производимый литературный эффект’. Вместе с тем, контекстуальный анализ синонимических ЛЕ *violences faite aux femmes* ‘насильственные действия против женщин’ и *gynophobie* ‘враждебное отношение к женщинам’, содержащих сему *violence* ‘насилие’, показывает, что они по-разному реализуют логико-семантические валентности предиката (в первом случае последнему свойственны перфектность и пассивность, а во втором – неперфектность) и, соответственно, не имеют одинакового ценностного содержания.

При проведении семантического анализа новых номинаций, обозначающих совокупные сущности, и их типологического описания нами предлагается переместить исследовательский фокус с репрезентативной функции языка на его роль в качестве регулятора коллективного поведения. Ряд лексических единиц, например, *violences faites aux femmes*, могут быть рассмотрены как языковые ресурсы, позволяющие маркировать «референциально нестабильные» фрагменты социальной реальности. И именно благодаря введению данной единицы в словарь, предполагается, что будет реализовано признание проблемы преследований женщин особого рода, и начнется мобилизация и солидаризация общества для защиты жертв насилия. Убийство женщины или девушки, связанное с ее гендерной принадлежностью, является преступлением на территории Латинской Америки, но не признается таковым во Франции. Поэтому усилия французских общественных организаций, например, *Osez le féminisme*, направлены на то, чтобы номинации французских социальных реалий были зафиксированы в словаре и, тем самым, маркировали проблемные зоны общества.

Таким образом, ценностное содержание (*valeur dénominative*) французских неологизмов-реалий, референтные к совокупным сущностям, обуславливает их функционирование в качестве регуляторов межличностных отношений и поведения в обществе. Аксиологический смысл данных ЛЕ актуализируется тогда, когда прекращено или ограничено функционирование семантического пространства синонимичных им ЛЕ. Оно формируется с учетом всех контекстуальных употреблений неологизма-реалии и характеризуется непрекращающейся динамикой его внутренней формы, допускающей объективацию смысловых оттенков, несовпадающих с зафиксированным словарным значением.

Л. А. Грачева

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ-ЧИСЛИТЕЛЬНЫМ 'ТРИ / TROIS': ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Национальная культура народа-носителя языка отражается во фразеологических единицах, важное место среди которых занимают фразеологизмы с числовым компонентом, так как числа не только выполняют счетную функцию, но часто имеют и дополнительные значения. Исследование фразеологизмов с компонентом-числительным в сопоставительном аспекте имеет особое значение, так как с одной стороны, категория количества является универсальной категорией, с другой стороны, для разных языков характерны разная частотность использования конкретных чисел и разное их символическое значение, отличаются они и дополнительными оттенками значений в составе фразеологизмов.

Объектом нашего исследования являются фразеологические единицы с компонентом-числительным 'три' в русском языке и соответственно 'trois' во французском языке в силу того, что в языках сравнения число *три* отличается ярко выраженной символическостью. Идея триединства лежит в основе многих религиозных и философских учений. С триадой связано деление мифологического пространства на мир земной, небесный и подземный, времени – на настоящее, прошлое и будущее. Сказочным героям часто приходилось проходить три вида испытаний: на физическую силу и выносливость, ум и смекалку, морально-нравственные качества.

При образовании фразеологических единиц числительное *trois/три* может сохранять сему 'точное количество'. Например, фр. *les trois personnes divines* 'святая троица', *ménage à trois* 'любовь втроём, любовный треугольник' *avoir ses trois jours* 'сесть под арест на три дня'; *сообразать/сообразить на троих* (распить втроём бутылку водки, вскладчину).

Однако, как показывает анализ фактического материала, во фразеологизмах числительное *trois/три* реализует преимущественно значение неопределенного количества, ту или иную степень проявления признака. Так как данное число некогда служило пределом счета и имело значение 'много', через множество означалась и интенсивность, в языках сравнения мы находим примеры, когда числительное *trois/три* реализует значение неопределенно большого количества, высокую степень проявления признака.

Особенно много таких примеров мы находим в русской лингвокультуре, например, *наврать (наобещать) с три короба* (наговорить много неправдоподобного, налгать, насочинять небылиц); *есть в три горла* (есть жадно и очень много); *(реветь/разреветься) в три ручья* (безудержно, горько плакать, обильно проливая слезы). Ср. также: фр. *arriver en trois bateaux* ‘явиться с большой помпой’, *le donner à qn en trois coups* ‘дать десять очков вперед кому-либо, заткнуть кого-либо за пояс’, *janvier à trois bonnets* ‘в январе надо одеваться очень тепло’.

В данном значении числительное три используется и во многих пословицах русского языка, например: *Что известно троим, известно всем. Обещанного три года ждут. В новое место попадешь – три года чёртом прослывёшь*. Ср. также во французском языке: *L'hôte et le poisson en trois jours (sont) poison* ‘И гость и рыба через три дня становятся отравой’ (т.е. три дня находиться в гостях – это уже много).

Вместе с тем, в современном французском языке число «три» ассоциируется скорее с малым, чем большим количеством, что проявляется в большом количестве фразеологических единиц, в которых числительное *trois* используется для обозначения неопределенно-малого или очень малого количества. Например, *en trois mots* ‘вкратце, в нескольких словах; в двух словах’; *trois lignes* ‘записка, упоминание вскользь’, *avoir trois ronds* ‘иметь немного денег’.

Числительное *trois* часто служит для обозначения пространственной близости (*à trois pas de ...* ‘в двух/трёх шагах от ...’, *il y a d'ici à trois enjambés* ‘это в двух шагах отсюда’) или быстроты совершения действия (*faire trois petits tours (et s'en aller)* ‘недолго задержаться, быстро исчезнуть’, *couper à trois traits de scie* ‘сделать в два счёта, разом’, *en trois coups de cueillère* ‘в два счёта, мигом’). Ср. также в русском языке: *в трёх шагах от ...* (совсем близко, недалеко).

В связи с тем, что при образовании фразеологических единиц числительное часто утрачивает сему ‘точное количество’, наблюдаются частые случаи вариативности, когда числительное *три/trois* заменяется другими числительными, например: фр. *la semaine des trois* (или *des quatre*) *jeudis* ‘После дождичка в четверг; когда рак на горе свистнет’, *le fil en trois* (или *en quatre, en six*) ‘плохая водка’.

В языках сравнения встречаются фразеологические единицы с компонентом-числительным, которые являются полными эквивалентами, например: *à trois pas de* – *в трёх шагах* или частичными: *Trois déménagements valent un incendie* – *Дважды переехать – всё равно, что раз погореть/Переезд равносителен пожару*.

Вместе с тем, анализ языкового материала показал, что подавляющее большинство фразеологизмов с компонентом-числительным ‘три/trois’ являются безэквивалентными фразеологическими единицами. Например:

фр. *Les Trois Glorieuses* 1. ‘великая триада’ (о лозунге Французской революции 1789–1794 гг. «Свобода. Равенство. Братство»); 2. ‘Три славных дня’ (о революции 1830 г.);

frère trois points ‘масон’;
cinq et trois font huit ‘Рубль пять – десять сдачи’ (о хромом человеке).
Ср. в русском языке: *Три листика* (название карточной игры);
У мужика в августе три заботы: и косить, и пахать, и сеять.
Помни три дела; молись, терпи, работай.
Нашего Мины не проймёшь и в три дубины.

Таким образом, на основании проведенного анализа фразеологизмов с компонентом-числительным ‘три/trois’ мы пришли к выводу: несмотря на то, что в языках сравнения употребляются фразеологизмы, в которых числительное сохраняет свое конкретное числовое значение, или же наоборот, полностью утрачивает количественное значение, преобладающими оказались случаи частичной десемантизации числительного. Утрачивая при этом свое конкретное числовое значение, числительное реализует значение неопределенного количества или ту или иную степень проявления признака. Для французского языка более характерна реализация числительным значения неопределенно-малого количества, для русского языка – неопределенно-большого количественного значения.

Как в русском, так и во французском языке больше всего распространены безэквивалентные фразеологические единицы, что объясняется, прежде всего, особенностями исторического развития, национально-культурной спецификой, различиями в религиозной культуре, ментальности русского и французского народов.

А. М. Дудина, Т. А. Можейко

СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА ЛЕКСЕМЫ *CHOSE* ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ IX–XIII И XX–XXI вв.

Семантика и функционирование широкозначных (эврисемичных) лексических единиц продолжают привлекать пристальное внимание лингвистов. Под широкозначностью принято понимать «лингвистическое явление лексико-семантического уровня, которое характеризуется расширением семантического объема слова для обозначения различных денотатов» (Н. Н. Амосова).

К числу существительных широкого значения во французском языке принадлежит и существительное *chose*. Исследователи отмечают, что подобные существительные могут замещать различные предметы и явления окружающего мира вследствие размытости своего концептуального содержания. Им свойственна семантическая опустошенность и контекстуальная обусловленность. Обладая лексической абстракцией, широкозначные существительные вызывают представление не об одном, конкретном предмете, а о целом ряде различных предметов, обладая одновременно свойствами, репрезентируемыми каждым из них. Природа их содержания временна, непостоянна, так как это содержание меняется в зависимости от ситуативного и языкового контекстов, в которых они функционируют (В. К. Колобаев, Л. В. Барсук).

В фокусе нашего внимания – исследование семантики и функционирования существительного *chose* на материале старофранцузского (IX–XIII вв.) и современного французского (XX–XXI вв.) языка.

Как показывает анализ словарей старофранцузского языка (Fr. Godefroy, A. J. Greimas. «Larousse»), лексема *chose* происходит от латинского этимона *causa -ae* (f) ‘причина’. В качестве основных приведены значения 1) *chose* ‘вещь’; 2) *affaire* ‘дело’; 3) *creature* ‘создание’, *personne* ‘человек’. Словарями фиксируется также употребление данной лексемы в составе союзных выражений, таких как *avint chose que* ‘случилось так, что’, *chose que* ‘по причине’, *pour chose que* ‘хотя’.

Лексикографическими источниками современного французского языка (P. Robert. «Le grand Larousse illustré, Trésor de la langue française») зафиксировано около 30 конкретизированных вариантов (КСВ) данного слова. В числе основных – отмечены следующие: 1) *objet* ‘предмет, вещь’; 2) *fait* ‘дело’, *phénomène*, *réalité* ‘феномен’, ‘реальность’; 3) *affaire*, *événement* ‘событие’; 4) *conjoncture* ‘случай’; 5) *bien*, *propriété* ‘собственность’, ‘имущество’; 6) *paroles* ‘выступление’, ‘речь’; 7) *cause* ‘судебный процесс’ и т.д.

Очевиден значительный рост числа КСВ широкого значения данной лексической единицы, что еще раз подтверждает способность ее семантики к «растяжению».

Текстовый анализ художественных произведений старофранцузского и современного французского периодов свидетельствует о том, что лексема *chose* входит в число наиболее употребительных языковых единиц. Чаще всего данное существительное реализует КСВ ‘вещь, предмет’. Например: *Et mout randirent grant estor / Par tôt leanz de lor bastons, / Come avugles, qui a tastons / Vet aucune chose cerchant* (Ch. de Troyes. «Le chevalier au lion»). Или в другом отрывке: *Anne donnait aux choses un contour, aux mots un sens que mon père et moi laissions volontiers échapper* (F. Sagan. «Bonjour, tristesse»).

Интерес представляют также примеры реализации существительным *chose*, которое традиционно используется для обозначения неодушевленных предметов, КСВ ‘человек’. Отметим, что это его значение уже зафиксировано в словарях старофранцузского языка. Обратимся к примеру: *Tu es fieblette e tendre chose / E es plus fresche que n'est rose. (Le jeu d'Adam)*. Разговор ведется между дьяволом и Евой. Дьявол предлагает Еве уйти от Адама и перейти на его сторону, так как он сможет ее защитить. Для этого он обращается к Еве как к *fieblette e tendre chose*, подчеркивая таким образом ее нежность и хрупкость.

Зачастую существительное «chose» реализует значение ‘собственность, владение’, например: *Et ton cors et ton avoir prandre Come la chose qui est moie – Prendre et ton corps et tes biens Comme ce qui est à moi* (Ch. de Troyes. «Cligès»). В данном отрывке Клижес утверждает, что и сам Жан, и все, чем он владеет, является собственностью Клижеса. Автор использует лексему *chose*, чтобы принизить Жана, низвести его до уровня вещи, собственности другого человека, стоящего выше на социальной лестнице.

В старофранцузском языке эврисемичное существительное *chose* также выступает в сочетании с прилагательным, обозначающим какой-либо признак. Например: *Et cil qui deviennent larron de petite chose viennent a plus grant* (Ph. de Novare. «Des quatre tenz d'aage d'ome»). В исследуемом отрывке речь идет о воспитании ребенка. Автор использует сочетание *прилагательное + chose*, чтобы подчеркнуть, что воровство даже мелких вещей опасно, поскольку может привести к краже и более крупных (ср. с пословицей: *Qui vole un oeuf, vole un boeuf*).

В другом отрывке: *Sa froideur est sa forme de vie, tu ne peux y voir du calcul; son indifférence la protège de mille petites choses sordides, c'est un gage de noblesse* (F. Sagan. «Bonjour, tristesse»), – автор использует аналогичную конструкцию с целью подчеркнуть, что кажущееся безразличие героини – это своеобразная защита от многочисленных мелких неприятностей, которая позволяет ей сохранять присутствие духа.

Также существительное *chose* часто реализует КСВ 'дело'. Обратимся к примеру: *La domnizelle celle kose non contredist* (Séquence de sainte Eulalie). В данном отрывке из *Секвенции о св. Евлалии* речь идет о приказе царя Максимилиана отрубить Евлалии голову, т.к. она не захотела отречься от Бога. Девушка не была против казни (этого дела), поскольку мученическая смерть открывала ей путь в рай.

В другом отрывке: *Tu dois faire les choses jusqu'au bout* (G. Musso. «Un appartement à Paris»), – исследуемое существительное также выражает значение 'дело'.

Как показывает анализ, в современном французском языке, в отличие от старофранцузского, эврисемичное *chose* часто используется для указания на нечто известное, имеющее свой знак в языке, однако им не обозначенное в конкретной ситуации общения по той простой причине, что это название не всплыло в памяти в нужный момент. Например:

Je disais donc cinq cent un millions...

– *Millions de quoi? ...*

– *Millions de ces petites choses que l'on voit quelquefois dans le ciel.*

– *Des mouches?*

– *Mais non, des petites choses qui brillent.*

– *Des abeilles?*

– *Mais non. Des petites choses dorées qui font rêvasser les fainéants. ...*

– *Ah! des étoiles.*

– *C'est bien ça. Des étoiles.* (A. de Saint-Exupéry. «Le Petit Prince»).

Подобные случаи характерны для ситуаций устного общения, поэтому в письменных текстах они встречаются довольно редко.

Анализ употреблений лексической единицы *chose* в текстах современного французского языка показал, что наиболее частотным является использование ЛЕ *chose* в составе неопределенного местоимения *quelque chose*. Так, например, в произведении Ж.-П. Сартра «Тошнота» слово *chose* употреблено 160 раз, из них практически половина (74) – в составе указан-

ного местоимения; в романе Ф. Саган *Здравствуй, грусть* эти цифры составляют 58 и 22 соответственно; в романе А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» – 23 и 7. И это неслучайно, ведь именно значение ‘вещь’, т.е. ‘какой-либо предмет, что-то’, лежит в основе широкого значения данного существительного.

Таким образом, можно утверждать, что во всех своих контекстуальных употреблениях существительное *chose* ведет себя как единица широкой семантики. Наиболее общими инвариантными его значениями как в старо-французском, так и в современном французском языке являются КСВ ‘вещь’, ‘дело’, а также ‘что-то’, ‘предмет’, ‘событие’. Свободное от референтной соотнесенности слово с широким объемом значения аккумулирует в себе содержание, уже заложенное в какой-либо сочетающейся с ним лексической единице, сохраняя семантический инвариант во всех своих употреблениях.

Н. М. Токаревич

СТАТУС ПРОЗВИЩНОГО НАИМЕНОВАНИЯ

Одним из главнейших разделов современной ономастики является антропонимика – наука об именовании человека, которая включает в себя личные имена, отчества, фамилии, прозвища, псевдонимы и т.п.

Если основные антропонимические единицы (имена, отчества, фамилии) уже давно являются предметом внимания лингвистов: они собираются, описываются и исследуются в различных аспектах, то прозвища – значительный пласт неофициальных именовании – анализируются в основном в трудах литературоведов, культурологов и недостаточно изучены с точки зрения языковой теории, поэтому они представляют особый лингвистический интерес. Исследование прозвищ остается актуальным не только в отечественной, но и в зарубежной лингвистике. Этот интерес связан с идеей антропоцентричности языка. Во французской языковой традиции прозвище или кличка звучит как *un surnom* или *sobriquet*. Ларусс дает следующее толкование слову *surnom*: «Un surnom est à l'origine un nom formé, par addition au prénom ou au nom d'une personne, d'un terme mettant généralement en relief ses particularités physiques ou morales. Le surnom est également la désignation substitutive au nom véritable d'une personne». Les sobriquets, au contraire, viennent du dehors: si beaucoup sont simplement descriptifs, d'autres sont nettement péjoratifs, marqués par la malignité publique».

В русскоязычных исследованиях закрепился термин *прозвище*. Как антропонимический термин он в настоящее время является общепринятым. Под ним понимается вид антропонима, который является факультативным наименованием, содержащим индивидуальную эмоционально-экспрессивную окраску с семантической наполненностью и существующим в рамках определенной социальной группы.

В данной работе речь идет об ономастической лексике, которая относится к прозвищным наименованиям французских королей как исторических персонажей и функционирующей во французском языке как общепринятая.

Некоторые ученые полагают, что прозвище как категория ономастики является весьма сомнительной, так как объединяет самые разные неофициальные наименования и часто только по негативному признаку.

Представляется необходимым показать языковую и социальную сущность прозвищ, их связь с культурными традициями, закрепленными в сознании человека.

Прозвища функционально привязаны к неформальной межличностной коммуникации часто со сниженной и фамильярной тональностью и характеризуются отношением к определенным субкультурам. Они активно функционируют в разговорно-обиходной разновидности литературного языка, жаргоне, просторечии, отражены в современных средствах массовой информации. Прозвища выполняют также общественный заказ на характеристику лиц, объектов и событий. Таким образом, на их появление влияет совокупность лингвистических и экстралингвистических факторов. Чтобы раскрыть суть появления такого вида номинации как прозвище, необходимо рассмотреть его с точки зрения принципа номинации (т.е. мотивированности названий), в том числе и культурологической специфики семантики исследуемых прозвищ.

Прозвище часто использовалось уже в античном Риме и звучало как *cognomen*.

Многочисленные короли Европы в близкие временные отрезки имели одинаковые имена, поэтому необходимо было отличать, о ком идет речь. Напр.: *Louis VI Le Gros* 'Людовик VI Толстый'. Иногда король получал несколько прозвищ, связанных с изменением отношения к нему или изменением ситуации, а также отношения к нему отдельных лиц. Кроме этого разные исторические персонажи проявили себя по-разному и получили прозвища, которые обессмертили те или иные их действия и/или качества личности. Их прозвища можно разделить на следующие категории:

Физические качества: *Pépin le Bref* 'Пепин Короткий', *Charles II le Chauve* 'Карл II Лысый', *Louis-Philippe d'Orleans* 'Король-груша', *Philippe V Le Long* 'Филипп V Длинный', *Louis I Le Bègue* 'Людовик I Заика'.

Моральные качества или недостатки: *Philippe III Le Hardi* 'Филипп Смелый', *Charles III le Simple* 'Карл III Простоватый', *Louis X le Hutin, le Querelleur* 'Людовик X Сварливый', *Charles VI le Fol* 'Карл VI Безумный', справедливости ради – официальное прозвище Любимый или Возлюбленный *le Bien-Aimé*, *Philippe IV Le Bel* 'Филипп Красивый', *Henri IV le Grand* 'Генрих IV Великий', *Louis Ier Le Pieux ou Le Débonnaire* 'Людовик I Благочестивый или Добрый', *Louis V Le Fainéant* 'Людовик V Ленивый', *Charles V Le Sage* 'Карл V Мудрый', *Saint Louis* 'Людовик IX Святой Французский', *Jean II Le Bon* 'Иоанн II Добрый', *Louis XII Le Père du Peuple* 'Людовик XII Отец Народа', *Louis XI Le Prudent* 'Людовик XI Осторожный', *Charles VIII L'Affable* 'Карл VIII Доброжелательный', *Louis XV Le Bien-Aimé* 'Людовик XV Любимый', *Louis XIII Le Juste* 'Людовик XIII Справедливый'.

По выдающимся поступкам: *Charlemagne ou Charles Ier Le Grand* 'Карл Великий', *Louis VIII Le Lion* 'Людовик VIII Лев', *Philippe I Auguste, Charles*

VII Le Victorieux ‘Карл VII Победитель’, *Henri IV le Grand* ‘Генрих IV Великий’, *Louis XIV Le Roi Soleil* ‘Людовик XIV Король-Солнце’, *Louis XVI Le Restaurateur de la Liberté* ‘Король Восстановитель Свободы’, *Louis XVIII Le Désiré* ‘Людовик XVIII Желанный’, *Louis-Philippe Le Roi des Français (titre officiel)* ‘Луи-Филипп – Король Французов’.

По возрасту: *Clotaire Ier Le Vieux* ‘Хлотарь Старик’, *Jean Ier Le Posthume* ‘Иоанн Iер Посмертный’, *Louis VII Le Jeune* ‘Людовик VII Молодой’.

Из всего вышесказанного можно сделать заключение, что прозвища составляют активно используемый, древнейший и неоднородный класс имен собственных, вместе с тем существующие типологии прозвищ являются дискуссионными. Несмотря на ряд исследований, посвященных прозвищам, их лингвокультурные и структурно-функциональные характеристики остаются пока слабо освещенными.

В настоящее время прозвища видоизменяются, однако языковые находки в отношении этого класса наименований так пока и не стали предметом детального лингвистического анализа.

Привычка именовать вещи, предметы всегда была неотъемлемой чертой человеческой личности. Кроме имени, которое дают человеку при рождении, часто он может получить «второе имя» – прозвище. Прозвище настолько прилипает к человеку, что в сознании сразу всплывает знакомый облик – индивидуальность, манеры и характер. Именно прозвище вызывает поток ассоциаций. Нужно подчеркнуть, что прозвище имеет большую коннотативную значимость, так И. Р. Гальперин отмечал, что прозвище или кличка несет на себе сильную эмоциональную нагрузку и, подмечая какую-нибудь случайную, но характерную черту, прилипает к человеку, иногда успешно конкурируя с собственным именем. Прозвище короля могло родиться в дворцовых коридорах и на городских улицах. Истинно народное творение, оно могло возникнуть в одночасье, а могло быть выбрано из десятка других, описывающих качества короля или его внешность. Из всех прозвищ короля обычно оставлялось одно, которое и оставалось в истории, как официальное. Скорее всего, не было ни одного правителя без прозвища, просто не все они дошли до нас, хотя вполне вероятно могли быть яркими и оригинальными.

Д. И. Тупик

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
СПЕЦИАЛЬНЫХ ДЕТСКИХ ИЗДАНИЙ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ
(на материале еженедельника *Ле Пти Либе*)

Антикризисные технологии французской печатной прессы продолжают развиваться в мультивекторном режиме. Если 15–20 лет назад речь шла о многоканальности распространения журналистской информации, то

сегодня более релевантными оказываются разножанровые подходы к целевой аудитории. В последние несколько лет наше внимание привлекли некоторые из них.

Формат информационных сообщений *flash info* ‘экстренное сообщение’ национального портала *lefigaro.fr* предполагает информирование наиболее широкого круга интернет-подписчиков (услуга бесплатная) посредством сообщений *alerte info* ‘срочная информация’ или *lettre d’info* ‘информационное письмо’. Положительная прагматика такого решения состоит в глобальной медиатизации французского читателя, располагающего любым электронным устройством, тем более что каждое из них непременно имеет выход в интернет. Что касается более глубоких журналистских исследований в рамках проблематики, заявленной в коротких сообщениях, доступ к ним остается социально ограниченным по причине обязательной оплаты. Национальный ежедневник «Libération» немногим более года назад ввел в практику регулярной почтовой интернет рассылки небольшие аналитические статьи (600–700 слов) руководителя своей редколлегии Лорана Жоффрена. Этот подход широко распространен в сфере связей с общественностью и называется привлечение лидера мнения (*leader d’opinion*), однако является достаточно инновационным для интернет изданий, учитывая противоречие между бесспорным авторитетом автора и общедоступностью его текстов. В практике электронного портала *Lemonde.fr* вот уже почти десять лет успешно развиваются проекты гибридного жанра *блог-репортаж*, рассматривающие острую социальную тематику с позиции среднестатистического гражданина и имеющие целый ряд особых композиционных и стилистических характеристик.

Наконец, предметом нашего внимания становится еженедельный проект пресс-портала *Libération.fr*, получивший название *Le P’tit Libé*. Уже при первичном знакомстве со стартовой страницей сайта становится ясна стратегическая установка издания и его целевая аудитория. На это указывает, во-первых, лексическая формула наименования, которая содержит два усечения: фонетическое (*p’tit*) и морфологическое (*libé*). Последнее иллюстрирует широко распространенную в молодежной среде тенденцию к сокращению второй части слова в целях экономии (*maths* < *mathématiques*, *éco* < *écologie*, *géo* < *géographie* и др.). Во-вторых, слоган, сопровождающий название, ясно определяет стилистическую установку издания: *L’actu des grands expliquée aux enfants* ‘Объясняем детям взрослые новости’. Причастие *expliquée* букв. ‘объясняемая’ устанавливает стилистически нейтральную парадигму представления информации. Во «взрослой» французской прессе ей соответствуют так называемые экспликационные жанры (*les articles pour expliquer*): *enquête* ‘расследование’, *analyse* ‘анализ’, *portrait* ‘портрет’, *reportage* ‘репортаж’. Вместе с тем, в отдельных случаях редакция допускает употребление стилистически сниженной лексики: «*Le Royaume-Uni va-t-il vraiment quitter l’Union européenne ? C’est en tout cas ce qu’il a décidé il y a trois ans. Mais depuis, c’est le bazar... Alors, que se passe-t-il dans ce pays ? Let’s find out! («Allons le découvrir !»)*» ‘И все же, выйдет ли Объединенное Королевство из

состава Евросоюза? Ведь такое решение было принято им три года назад. Но с тех пор – *бардак*... Так что же происходит в этой стране? *Let's find out!* ('Давайте выясним!'). За употреблением просторечного *бардак* следует английское выражение с переводом на французский язык, усиливающее эффект иронии: понятно, что уровень владения английским языком особенно в начальной школе невысок, однако детская аудитория способна распознать его.

Тематическая палитра издания чрезвычайно широка: от проблем начальной и средней школы и молодежных музыкальных движений до расизма и скандалов в высших эшелонах власти, ср. названия тематических досье: *L'école idéale vue par des personnalités* 'Идеальная школа: мнение персоналий', *Le succès du rap* 'Успех рэпа', *L'antisémitisme* 'Антисемитизм', *L'affaire Benalla* 'Дело Беналла'. Все заголовки вводятся определенным артиклем и максимально точно определяют содержательную ориентацию досье или его раздела, что соответствует информативной и экспликативной функции представляемых материалов. В классических изданиях заголовков, как известно, воплощает определенный авторский замысел и часто является достаточно сложной стилистической формулой и вследствие этого даже предметом специальных лингвистических исследований.

Графическая семиотика Ле Пти Либе представлена иконическими изображениями комиксно-карикатурного плана, которые не имеют выраженной иронической основы и призваны ориентировать восприятие читателя на тот или иной аспект проблемы. Изображения-символы также довольно широко используются редакцией и носят в ряде случаев обучающий характер: например, звезда с полумесяцем для обозначения мусульманской страны в досье об Алжире или звезда Давида в досье об антисемитизме.

Каждое досье состоит из введения и нескольких разделов, представляемых графикой и текстом на основной странице той или иной темы. Авторами с учетом возраста целевой аудитории и контекста ее общения со взрослыми вполне логично избрана форма обращения на «ты», а также разговорная форма *ça* 'это' указательного местоимения *cela*: «C'est grâce à ça que tous les enfants peuvent aller à l'école et être en sécurité, par exemple. Cette semaine, je t'explique comment tout ça fonctionne» 'Например, благодаря этому [налогам – Д. Т.] дети имеют возможность учиться в школе и жить в безопасности. На этой неделе я объясню тебе, как все это устроено'.

Объяснение «взрослых» новостей неизбежно предполагает обращение со сложными понятиями и явлениями. Для их толкования авторы текстов Ле Пти Либе чаще всего используют простой и эффективный способ: всплывающие окна. Слово выделяется графически, и при установке на него курсора автоматически появляется толкование: *état* → *ensemble des personnes et des organisations qui dirigent un pays*, *équitable* → *juste, égal*. Вторым способом толкования является его непосредственное введение в текст в виде перифразы: «On les appelle des contribuables, car ils contribuent au fonctionnement du pays : ils financent différents services, comme l'école ou les routes». Примечательно, что авторы дают переработанное словарное толкование, адаптированное для детского понимания: ср. толкование Le Robert для

état ‘государство’: *autorité souveraine s’exerçant sur l’ensemble d’un peuple et d’un territoire déterminés*. Толкование появляется в одинаковой формулировке всякий раз, когда употребляется тот или иной термин.

Тексты Ле Пти Либе представляют собой стратегически важный материал с точки зрения их использования для изучения французского языка как иностранного: кроме лексической избирательности их отличают адаптированные фразовые конструкции. Авторы избегают информационно и стилистически перегруженных фраз, в большинстве случаев они достаточно короткие и всегда недвусмысленные, по крайней мере, для детского понимания: *«Martine, 58 ans, a un rôle important : elle veille à ce que le pays reçoive bien l’argent qu’on est censé lui donner. Cet argent, ce sont les impôts. Ils sont versés à un organisme appelé le Trésor public. «A l’époque, le roi avait un trésor. Aujourd’hui, ce trésor c’est celui de l’Etat, c’est-à-dire de tous les citoyens», explique Martine, qui travaille à la direction générale des finances publiques, à Paris»* ‘Мартине 58 лет, и она выполняет важную функцию – следит за тем, чтобы страна получала деньги, которые ей причитаются. Эти деньги – налоги. Их перечисляют в специальное учреждение – Государственное казначейство. «Раньше у короля была казна. Сегодня эта казна принадлежит государству, то есть всем гражданам, – объясняет Мартина, сотрудник Главного финансового управления»’. Безусловно, и французским детям и взрослым, изучающим французский язык как иностранный, полезно знать, какие государственные учреждения курируют налоговую сферу.

Использование таких текстов в дидактических целях может существенно улучшить содержание подготовки начинающих изучать французский язык.

Т. Н. Чельцова, Т. В. Бруева

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗООМОРФИЗМОВ (на материале французского и русского языков)

Система образных представлений, сложившаяся у национально-языковых коллективов, говорящих на русском и французском языках, имеет немало общего, особенно в той своей части, которая связана с образами животных и представлена зооморфными характеристиками. Названия животных в большинстве языков мира широко используются для образной характеристики человека. При помощи *зооморфизмов* носители индоевропейских языков высмеивают глупость, упрямство, лицемерие, дурные привычки, невоспитанность и другие моральные и интеллектуальные изъяны человека, вызывающие осуждение. Образы животных могут использоваться и с положительной экспрессией, когда речь идет о преданности ловкости и ряда физических качеств.

Среди многочисленных зооморфных характеристик в рассматриваемых языках встречаются такие, которые совпадают между собой как в прямом, так и в переносном значении. Наблюдения за их употреблением позволяют уловить некоторые оттенки, различающие их образные значения, но эти

оттенки не настолько велики, чтобы помешать лексическим единицам быть хорошими переводными эквивалентами друг для друга. Таковы, например, слова *âne* и *осел*, обозначающие глупого и упрямого человека, *renard* и *лиса*, символизирующие хитреца, *cochon* и *свинья*, представляющие человека как грязнулю, физически и морально нечистоплотного, негодяя. Слова *dindon* и *индюк* обозначают человека тщеславного, важного и надменного. Очень близкое к этому значение имеют также слова *raon* и *павлин* – горделивый, важный, надменный. Слова *agneau* и *ягненок* символизируют человека кроткого, безответного; *taureau* и *boeuf*, как и русское слово *бык*, характеризуют физически очень сильного человека: *doux comme un agneau* – ‘кроткий как ягненок’; *fort comme un boeuf* – ‘сильный как бык’; *agir comme un cochon* – ‘поступать по-свински’.

Наряду с характеристиками, совпадающими полностью или частично, в обоих языках обнаруживается немало таких, которые семантически далеки друг от друга, хотя в их основе и лежит представление об одном и том же животном. Так например, значение слова *coq* – ‘петух’ (разумеется, с некоторым искажением) можно передать русскими существительными *павлин* и *индюк*. Во французском языке их эквиваленты – *paon* и *dindon* – имеют подобный смысл (гордый, высокомерный человек) и *coq* на этом фоне выражает специфический оттенок, который по-русски передать трудно. *Ours* (‘медведь’) по-французски – человек, который избегает общества. По-русски *медведь* – вовсе не нелюдим, а крупный, «неуклюжий», косолапый человек. В составе сравнений признак ‘неуклюжий’ устойчиво связан как с русским *медведь*, так и с французским *ours*, но за рамками сравнения, в функции характеристики французское слово этого значения не выражает. Таким образом, характеристика *ours* семантически сближается в русском не с медведем, а с бирюком.

Русское слово *крыса* нередко употребляется для характеристики человека мерзкого, отвратительного, хотя отрицательные качества его не конкретизируются. Французское слово *rat* с тем же прямым значением тоже имеет зафиксированное словарями переносное значение отрицательное, но совершенно конкретное, обозначающее скупого человека, скрягу: *avare comme un rat* (‘скупой как крыса’). Следовательно, эти слова в их экспрессивном, характеристическом значении переводными эквивалентами друг для друга быть не могут. В то же время в обоих рассматриваемых языках существительное *крыса* (*rat*) может выступать в сравнениях как эталон нищеты: *pauvre comme un rat d'église* – ‘бедный как церковная крыса’.

Однако не всегда семантические сферы, поля, регулярно запечатлеваемые в языке с помощью сравнений, в разных языках совпадают. В русском языке часто характеризуются при помощи сравнений такие явления, которых француз в своем языковом обиходе иной раз просто не заметил бы: *дуется как мышь на крупу*; *носится как с писаной торбой*; *ревет белугой*; *мрачнее тучи*; *мягкий как пух*; *потный как мышь*; *седой как лунь*.

Сопоставление русских и французских сравнений, относящихся к одной и той же теме, позволяет уловить различия в языковой картине мира двух народов, увидеть отдельные явления окружающего мира глазами представи-

телей той или иной культуры, носителей различных языков. Например: *сухой как порох* – *sec comme un coup de trique* ‘сухой как удар дубиной’; *бояться как огня* – *craindre comme la peste* ‘бояться как чумы’; *тонкий как тростинка* – *mince comme un courant d’air* ‘тонкий как сквозняк’; *черный как смоль* – *noir comme encre* ‘черный как чернила’; *желтый как воск* – *jaune comme un citron* ‘желтый как лимон’.

Русские сравнения, построенные в форме высказывания вокруг глагола, переводятся на французский язык с введением союза *comme*: он и мухи не обидит – *timide comme une fille* ‘робкий как девочка’; он гоголем ходит – *fier comme un paon* ‘гордый как павлин’; днем с огнем не сыщешь – *rare comme un merle blanc* ‘редкий как белый дрозд’.

Французский язык, в свою очередь, знает много таких зооморфизмы, которые русским языком выражаются в самой общей форме, без сравнения, и своеобразие которых не запечатлено словесно и не замечается: *fumer comme un sapeur* ‘курить как сапер’; *pleurer comme un beau* ‘плакать как красавец’; *rire comme un bossu* ‘смеяться как горбун’; *souffler comme un phoque* ‘пыхтеть как тюлень’; *faux comme un jeton* ‘двуличный как жетон’; *fort comme un Turc* ‘сильный как турок’; *malade comme un chien* ‘больной как собака’;

Многие французские сравнения служат для усиления простых материальных определений, выраженных как качественными, так и относительными прилагательными и глаголами. Русский язык предпочитает просто называть подобные определения, а если и усиливает их, то чаще всего простым повторением, например, *длинный-предлинный*, *лопух* – *лопухом* и тому подобные.

Во французском языке немало сравнений, которые, будучи очень выразительными, не несут никакого метаобраза: *сидит как перчатка* – *va comme un gant* ‘сидит как перчатка’; *белый как полотно* – *blanc comme un linge*. В то же время есть и сравнения, построенные на более тонких ассоциациях: *верный как пес* – *fidele comme un caniche* ‘верный как пудель’; *худой как жердь* – *maigre comme un clou* ‘худой как гвоздь’; *глуп как пробка* – *bete comme un chou* ‘глуп как кочан капусты’; *глухой как пенёк* – *sourd comme un pot* ‘глухой как горшок’.

В русском языке в зооморфизмах употребляются такие слова, как *волк*, *бабочка*, *стрекоза*, *мотылек*, *паук*, *бегемот*, *мышонок*, а их французские эквиваленты устойчивых образных значений не имеют. Так, русское слово *бегемот* метафорически обозначает человека безобразно толстого, неуклюжего, неповоротливого и является характеристикой более резкой и экспрессивной, чем близкая по смыслу характеристика *слон*. Французское *hippopotame* как устойчивая характеристика не употребляется, возможно, из-за значительной по сравнению с другими французскими словами и непривычной для французов длины этого слова – 4 слога. В то же время названия других животных – *lapin* ‘кролик’, *souris* ‘мышь’, *taupe* ‘крот’, *chateau* ‘верблюд’ – часто используются как характеристики во французском языке, их же русские эквиваленты лишь изредка употребляются для создания образа.

В то же время встречается немало и таких названий животных, которые несут характеристическую функцию во французском языке и не имеют ее в русском, например, уже упомянутое существительное *chateau* 'верблюд'. Во французском языке оно обозначает злобного, нехорошего человека. Русское *верблюд* не связано прочно с каким-то определенным признаком, хотя и несет в себе потенциально отрицательную экспрессию. Оказионально можно назвать верблюдом уродливого человека, например имеющего большой горб, а также того, кто плюется (на базе устойчивого сравнения *плюется как верблюд*). Но при отсутствии мотивировки в контексте или в ситуации это слово воспринимается как «пустая» характеристика

Л. А. Шабашева

О СУГГЕСТИВНОСТИ ТЕКСТОВ ГИ де МОПАССАНА

Импрессионистическое восприятие мира основывается, как известно, на явлении впечатления. Художники запечатлевают непосредственное впечатление от увиденного в природе: «Художник-импрессионист действует как ребенок, воспроизводя не объекты, а поглощающую их атмосферу, мерцание, движение, феерию света, соотнося на полотне чистые цвета солнечного спектра вместо смеси цветов на палитре» (Дж. Ревальд). Зрительный эффект в описаниях природного кадра они сознательно соотносят с чувствами, ведь «драма бурной природы столь похожа на драму жизни» (Л. Г. Андреев). Известно также, что комбинации цветов спектра имеют эмоциональные соответствия, например, радость – это желтый и красный; также радость может быть выражена движением линии и ее направлением вверх и направо; печаль, наоборот, – вниз и налево (Там же). Вследствие этого импрессионистические образы и сюжеты заставляют интенсивно работать воображение, вызывая эмоциональные переживания, открывают новое в миропонимании или обновляют старое, другими словами, обладают суггестивностью.

«Литературная энциклопедия» под ред. Н. Бродского определяет суггестивность как выражение известного настроения – мысли, так или иначе «окрашенной» (напр., чувством изумления). Суггестивно внушаются 9 настроений: любви, смеха, сострадания, гнева, мужества, страха, отвращения, откровения, спокойствия. Настроения, в свою очередь, «образуют эмоциональный фон для протекающих психических процессов» и связываются с эмоциональными состояниями, вызываемыми какими-либо объектами или явлениями (например, картинами или мелодиями). В таком случае говорят о настроении объекта (картины, мелодии).

Как и импрессионистическая живопись, тексты Ги де Мопассана обладают ярко выраженной суггестивностью, создавая эмоциональный фон/атмосферу для истории-повествования внушением соответствующих настроений и характеризуя общий тонус жизни и поведения героев, их основные ценности и личностные стороны, отношение к жизненным ситуациям.

В следующем тексте, например, писатель создает настроение *радости* в момент, когда героиня романа «Une Vie» Жанна ожидает изменений в своей жизни. Ее душа полна грез о будущем (*épuisée de rêve, rassasiée de visions heureuses...*):

«Dans un petit village on alluma *les lanternes*; et le ciel aussi s'illumina d'un *four-millement d'étoiles*. *Des maisons éclairées* apparaissaient de place en place, traversant les ténèbres d'un *point de feu* (...) : alors elle regardait au-dehors, voyait dans *la nuit lumineuse* passer *les arbres d'une ferme* (...)». Героиня отмечает в светлой ночи фонари, мириады звезд, освещенные дома и движущиеся деревья, что внушает сравнение с движением ее собственных счастливых мечтаний о будущем.

Счастливое настроение порождает *смех и любовь*, которые ощущаются в высказывании Jeanne et le baron soupèrent en tête à tête. «*Ils souriaient en se regardant, se prenaient les mains à travers la table, et, saisis tous deux d'une joie enfantine, ils se mirent à visiter le manoir réparé*». Это настроение фиксируется не только глаголом *sourire* и выражением *saisis ... d'une joie enfantine*, но и деталью *se prenaient les mains à travers la table*.

А описание жаркого летнего зноя во время морской прогулки акцентирует внимание на солнце *qui dardait ses flammes, épuisé d'ardeurs*, которое *précipitait sa chute empourprée comme par le désir de leur embrassement*; небо *torride, d'un bleu miroitant et jauni comme s'il allait devenir rouge*; море, *fiancée monstrueuse, attendait l'amant de feu qui descendait vers elle*. Описание природных состояний внушает сравнение с моментами любовной страсти, переживаемыми в данный момент героями. Жанна, в особенности, поглощена этими переживаниями и не замечает намеков, внушающих беспокойство: *fiancée monstrueuse, l'amant de feu*, уже содержащихся, однако, в описании.

Атмосфера душевного *спокойствия* воспроизводится благодаря описанию покоя моря и неба, находящихся отклик (*s'étendait*) в состоянии и чувствованиях героев «... *ce repos illimitée de la mer et du ciel s'étendait aux âmes engourdis où pas un frisson non plus ne passait*».

Но, по мере того, как судьба героини оборачивается своей темной стороной, в описаниях появляются нотки *грусти*, как, например, в описании продрогшего в своей монотонности осеннего пейзажа, соответствующего психологическому настроению героини:

«Les avenues détrempées par les *continuelles averses d'automne* s'allongeaient, couvertes d'un *épais tapis de feuilles mortes*, sous la *maigreur grelottante* des peupliers *presque nus*. Les branches *grêles tremblaient au vent*, agitant encore quelque feuillage *prêt à s'égrener* dans l'espace. Et sans cesse, tout le long du jour, *comme une pluie incessante et triste à faire pleurer...*». Эти природные состояния внушают болезненные ощущения: «...ces dernières feuilles, toutes jaunes maintenant... se détachaient, tournoyaient, voltigeaient et tombaient... et le *murmure des feuilles tombées et sèches* que la brise poussait, remuait, amoncelait en tas par endroits, *semblait un douloureux soupir d'agonie*».

И, наконец, настроение *отвращения, ужаса и гнева* сопровождает описание состояния Жанны, узнавшей о низости поведения своего мужа, его предательстве и подлости, проявившихся в измене со служанкой Розали, родившей от него ребенка:

«La plaine, les haies, les ormes des clôtures, *tout semblait mort, tué par le froid*. De temps en temps, on entendait craquer les arbres, *comme si leurs membres de bois se fussent brisés sous leur écorce*; et parfois *une grosse branche se détachait et tombait, l'invincible gelée pétrifiant la sève et rompant les fibres*».

Таким образом, соответствуя психологическому контексту повествования, описания Мопассана обладают суггестивной силой, внушая читателю соответствующие чувства и настроения.

Круглый стол «АСПЕКТЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ЯЗЫКА»

Ю. В. Бекреева

МОДЕЛИРОВАНИЕ ИМПЛИКАЦИОНАЛЬНОЙ ЧАСТИ ГЛАГОЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Соотнесенность глагольного значения с когнитивными структурами, представляющими типовую ситуацию, является ключевой идеей исследований глагольной семантики в когнитивном аспекте. Значение глагола рассматривается как свернутая пропозиция с профилированным процессуальным компонентом и импликациональным компонентом, отражающим вероятных участников ситуации действия (процесса). На функциональном уровне данная структура получает развернутое, конкретизированное воплощение в форме предложения.

В научной литературе нет единой методики определения в лексическом значении глагола непроцессуальных компонентов, которые соответствуют элементам семантической структуры глагольного предложения. На примере компонента 'субъект' мы предлагаем системно-функциональный подход к решению данной проблемы. С этой целью мы рассмотрели группу английских глаголов, в значении которых, помимо динамического признака, отражены признаки предполагаемого исполнителя действия. Таким образом, импликациональная часть значения данных глагольных лексем включает компонент 'субъект', а сами лексемы составляют семантическое поле субъектных глаголов.

Прототипический принцип категориальной организации предполагает выделенность типичных лексических единиц, принадлежность которых к данному семантическому объединению не подлежит сомнению, и менее типичных членов поля, которые разделяют некоторые общие категориальные признаки с прототипическими членами. Опираясь на данное положение, в первый слой выборки мы отобрали динамические глаголы, в словарном определении которых содержится прямое указание на субъект, например *twitter (of a bird)* 'щебетать (о птице)'.

В процессе анализа словарных дефиниций были выявлены и другие способы прямого указания на субъект, в частности сравнительный оборот *as/like somebody or something* 'как кто-либо (что-либо)'. Отдельный интерес вызвали глаголы-конверсивы, производные от имен категории «субъект» (*tutor* 'учить', *dog* 'преследовать' и др.). В словарных определениях некоторых производных глаголов наличие компонента 'субъект' в значении подтверждается только ассоциативной связью с внутренней формой слова. В словарной дефиниции таких глаголов выделяются конкретизаторы, указывающие на определенные характерные свойства исполнителя действия. Сравните: *dog* 'to pursue or follow after **like a dog**' и *hound* 'to pursue **relentlessly**'. Подобные наблюдения подтвердили нашу гипотезу о том, что наличие

конкретизатора «о ком-либо, о чем-либо» не является единственным критерием для отбора субъектных глаголов. Сравнительный анализ дефиниций динамических глаголов по нескольким толковым словарям подтверждает возможность как прямого, так и косвенного указания на субъект в лексико-графическом представлении глагольного значения.

Методом компонентного анализа первичных лексико-семантических вариантов субъектных динамических глаголов определяются способы представления субъекта и устанавливается семный состав компонента 'субъект' в глагольном значении. Так, было установлено, что конкретизация субъекта в глагольном значении осуществляется двумя способами: *атрибутивным* (по характеризующему признаку) и *прототипным* (на основе представления о стандартном образце). При *атрибутивном* способе в значении глагола содержатся атрибутивные семантические признаки, конкретизирующие субъект по его категориальной принадлежности (например, 'человек', 'животное', 'природное явление') и/или по его психофизическим характеристикам (например, 'большой', 'длинный', 'злой'). При *прототипном* способе субъект в значении глагола представлен образно-аналитической семой прототипического субъекта (например, 'ребенок', 'бабочка'). Сема прототипического субъекта отражает конкретный образ наиболее вероятного, типичного исполнителя обозначаемого действия. Аналитическую часть семы прототипического субъекта составляет набор семантических признаков, определяющих онтологический класс субъекта и его психофизические особенности (например, 'ребенок' – 'человек', 'маленький', 'слабый', 'беспомощный'). В производных глагольных номинациях образ прототипического субъекта закреплён не только в структуре значения (внутренним способом), но и в структуре формы слова (внешним способом – через корневую морфему).

На втором этапе компонентный анализ совмещается с методом оппозиций, который позволяет определить смысловые связи ЛСВ многозначного глагола по семантическому компоненту 'субъект'. Производя разграничение вариантов значения многозначного глагола и сравнивая содержание компонента 'субъект' в различных ЛСВ, мы убедились, что семемы субъектного динамического глагола связаны друг с другом по определённым схемам семантического вывода. В смысловой структуре многозначного динамического глагола выделяются две регулярные модели отношений по субъектному компоненту: метафора и диатетический сдвиг. Возможно совмещение двух моделей эпидигматических связей (метафоро-метонимические трансформации). Метафорическая модель базируется на подобии образа прототипического субъекта с вероятным исполнителем или инициатором действия, определяемого во вторичном лексико-семантическом варианте значения. Семантические признаки, отражающие физические и психические особенности субъекта, реализуют ассоциативные связи и выполняют интегральную функцию. Признаки категориальной принадлежности осуществляют различительную функцию. При диатетическом сдвиге (перераспределении ролей участников динамической ситуации $S \leftrightarrow O$) связь между лексико-семанти-

ческими вариантами обеспечивают семантические признаки атрибутивного типа, отражающие способность субъекта инициировать действие (например, 'активный', 'креативный', 'инициативный', 'сильный').

На третьем этапе анализу подвергаются контекстуальные значения субъектных динамических глаголов. Материалом для анализа послужили примеры употребления субъектных динамических глаголов в функции предиката из электронного корпуса текстов British National Corpus. На основе оппозиций семантического компонента 'субъект', выделенного на уровне системного значения глагола и контекстуального значения подлежащего, в актуальной субъектно-предикатной синтагме устанавливаются модели синтагматических отношений. Таким образом, при определении содержания и структуры компонента 'субъект' мы рассматриваем семантические отношения между лексемами на синтагматической оси – между номинацией в позиции подлежащего и номинацией в позиции предиката – и на парадигматической оси – между именными лексемами, способными заполнять позицию подлежащего при глаголе-предикате в речевой цепи.

Для установления актуализированных семантических признаков в текстовом отрезке осуществляется поиск семантических определителей – лексем, которые в своем значении содержат аналогичные семантические признаки. В данном случае мы опираемся на принцип семантического дублирования информации в тексте. Ряд примеров употребления не содержат семантических определителей, подтверждающих актуализацию субъектного признака. В этом случае логика анализа опирается на принцип непротиворечия: если актуализация аналогичного признака была подтверждена в других примерах употребления и его присутствие в семантике предложения не противоречит контексту, то признак расценивается как часть слабого импликационала компонента 'субъект' в значении глагола. Синтагматический анализ на материале реальных примеров употребления субъектных динамических глаголов в функции предиката позволяет уточнить содержание компонента 'субъект', выделив в его структуре признаки сильного и слабого импликационала, и выстроить вероятностные модели семантического компонента 'субъект' для каждого субъектного глагола.

Таким образом, моделирование компонента 'субъект' как части глагольного импликационала предполагает семный анализ лексико-семантического варианта глагола с выделением семантических признаков, отражающих характеристики вероятного исполнителя действия, определение эпидигматической связи по субъектным семантическим признакам между лексико-семантическими вариантами многозначного глагола и анализ поверхностного выражения субъекта в субъектно-предикатных синтагмах.

Н. А. Волковинская

ПРИНЦИПЫ СИСТЕМАТИЗАЦИИ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ОБЛАСТИ «BAKERY ITEMS»

Семантическая область «Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия» представляет собой упорядоченную совокупность лексических единиц

разных частей речи, объединенных общностью семантики. Она находит свою фиксацию в лексикографических источниках, а также определенным образом отражена в сознании носителей языка.

Результатом лексикографического моделирования данной семантической области является семантическое поле (СП), структурируемое путем экспликации компонентов значений наименований хлебобулочных и мучных кондитерских изделий и выделения соответствующих им лексических единиц из состава словаря. В английском языке данная модель («Bakery items») включает 540 лексических единиц, распределенных по 12 семантическим группам: «Наименования изделий», «Характеристики изделий», «Компоненты изделий», «Составные блюда», «Кухонные инструменты», «Действия», «Цитатная», «Сопутствующие продукты», «Место», «Время», «Лица» и «Блюда».

Названия групп, в которые были объединены члены СП, формировались на основе семантического параметра, непосредственно отраженного в их значениях.

Т а б л и ц а

Семантические группы СП «Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия», выделенные на основании отражения их членами определенных параметров отписываемой реалии

Семантическая группа	Параметр	Пример членов группы
Наименования изделий	категориальный	<i>bun</i> 'булка', <i>tart</i> 'торт',
Компоненты изделий	конститутивный	<i>yeast</i> 'дрожжи', <i>dough</i> 'тесто',
Действия	операциональный	<i>bake</i> 'печь', <i>eat</i> 'есть' и <i>cook</i> 'готовить'
Характеристики изделий	перцептивный	<i>flat</i> 'плоский', <i>round</i> 'круглый'
Цитатная	образный	<i>pie in the sky</i> 'пустые посулы', <i>pancake makeup</i> 'толстый слой косметики на лице'
Сопутствующие продукты	комплементарный	<i>butter</i> 'масло', <i>jam</i> 'варенье'
Кухонные инструменты	функциональный	<i>cookie cutter</i> 'форма для печенья', <i>pastry bag</i> 'кондитерский мешок'
Время	темпоральный	<i>breakfast</i> 'завтрак', <i>snack</i> 'перекус'
Место	локативный	<i>bakery</i> 'булочная', <i>patisserie</i> 'кондитерская'
Блюда	симилятивный	<i>baked Alaska</i> 'запеченная Аляска', <i>baklava</i> 'пахлава'
Лица	деятельностный	<i>baker</i> 'пекарь', <i>pastry chef</i> 'кондитер'
Составные блюда	партитивный	<i>club sandwich</i> 'клубный сэндвич', <i>hamburger</i> 'гамбургер'

В анализируемом нами СП категориальный параметр объединяет члены группы «Наименования изделий»; перцептивный позволил выделить группу «Характеристики изделий», включающую широкий перечень различных определений формы, размера, текстуры изделий и т.д.; конститутивный параметр отражен членами групп «Компоненты изделий»,

а п а р т и т и в н ы й – «Составные блюда»; ф у н к ц и о н а л ь н ы й связывает единицы группы «Кухонные инструменты», в то время как члены группы «Действия», номинирующие различные манипуляции с изделиями, объединяет операциональный параметр, а единицы группы «Сопутствующие продукты» – комплементарный. Выделение группы «Место» основано на отражении ее членами л о к а т и в н о г о параметра, а «Время» – т е м п о р а л ь н о г о.

Единицы смысла, зафиксированные в словарных определениях, во многом обусловлены назначением дефиниции и предъявляемыми к ней требованиям: она должна быть ясной и лаконичной, включать родовые и видовые свойства описываемого понятия, устанавливать его существенные, а не случайные признаки. Каждое определение содержит родовое слово, «слово-идентификатор», «классификатор», отличающиеся объемом предоставляемой информации. Для четырех единиц (*bread* ‘хлеб’, *cake* ‘торт’, *roll* ‘булочка, рулет’, *pie* ‘пирог’) идентификатором служит общий гипероним ***food*** ‘еда’; для *roll* ‘булочка, рулет’, *baguette* ‘багет’, *bagel* ‘рогалик’, *waffle* ‘вафля’ – ***bread*** ‘хлеб’; лексемы *croissant* ‘круассан’, *pasty* ‘пирожок с начинкой’ определяются через родовое слово ***pastry*** ‘выпечка’, а *muffin* ‘маффин’, *bun* ‘булка’, *scone* ‘лепешка’, *doughnut* ‘пончик’, *crumpet* ‘пышка’, *teacake* ‘булочка к чаю’ рассматриваются как специфические виды ***cake*** ‘торт, пирожное’. Помимо идентифицирующих компонентов (представленных членами группы «Наименования изделий»), определения включают конкретизирующую часть (представленную членами всех остальных групп), которая значительно отличается объемом детализации. Дефиниции содержат указание на п е р ц е п т и в н ы е, с и с т е м а т и з и р у ю щ и е, п а р т и т и в н ы е и ф у н к ц и о н а л ь н ы е параметры описываемого изделия. У ряда лексем оказались зафиксированы т е м п о р а л ь н ы е (*croissant* ‘круассан’) и л о к а т и в н ы е (*baguette* ‘багет’, *oatcake* ‘овсяная лепешка’) параметры.

Семантические параметры номинируемых денотатов, включенные в дефиницию в качестве существенных, определили структурную и содержательную специфику СП «Bakery items».

М. В. Дроздов

МОДЕЛЬ ЭПИЗОДА ОБЩЕНИЯ «ИНФОРМАЦИОННАЯ СТАТЬЯ»

Современное рассмотрение составляющих коммуникации проходит в рамках междисциплинарного подхода к изучению языка. Примерами данного подхода являются такие новые направления в языкознании как анализ дискурса, критическое изучение языка, казуально-генетическое моделирование и др. Данные направления сочетают в себе важнейшие теории и подходы как традиционных разделов языкознания – семантики, риторики, стилистики – так и функциональных наук – прагмалингвистики, социалингвистики, психолингвистики и др.

Одним из комплексных подходов к изучению языка является рассмотрение коммуникации в виде классификации *эпизодов общения* (ЭО), предложенное Д. Г. Богушевичем.

ЭО определяется его принадлежностью к классу общения, а также реализацией некоторого набора признаков, которые можно считать категориями и категориальными формами вербального общения. В этой связи вершиной классификации ЭО являются три класса общения:

1. Закрытое (ограниченное) общение.
2. Открытое (ограниченное) общение.
3. Открытое (неограниченное) общение.

Данные классы ЭО соотносятся с тремя типами речи: неофициальным, официальным и публичным. В зависимости от класса общения говорящий должен придерживаться приемов и форм, соответствующих данному стилю общения. Отклонение же от стилистической нормы будет восприниматься слушающим как нарушение принципов общения.

Что касается структуры ЭО, для ее определения Д. Г. Богушевич выделяет девять категорий вербального общения, а также категориальные формы их реализации:

1. Категория принятия: принятие – непринятие.
2. Категория статусности: равноправие – неравноправие участников.
3. Категория направленности общения: однонаправленное (характеризуется доминацией лидера) – разнонаправленное (характеризуется отсутствием лидера).
4. Категория ритуальности: жесткая/свободная форма речевого поведения коммуникантов.
5. Категория этикетности: формальная – неформальная.
6. Категория репрезентативности: от своего/чужого имени – от имени группы членов социума/организации.
7. Категория этапности: информативная, поисковая, программирующая, корректирующая.
8. Категория целенаправленности: алгоритмизирующая (корректирует сами действия) – мотивационная (корректирует мотивы деятельности).
9. Категория результата: сильная (результат получает эксплицитное словесное выражение) – слабая (словесное выражение результата не предусмотрено).

Предложенная Д. Г. Богушевичем классификация позволяет в зависимости от формы реализации категорий определить параметры, по которым обладающие ими коммуникативные ситуации выделяются из потока коммуникации и объединяются в группы, эпизоды общения, что позволяет определить закономерности в их структуре и в реализации их иллюкутивной составляющей. Категориальные формы общения также позволяют с большей точностью, а, следовательно, и эффективностью рассматривать каждую отдельную коммуникативную ситуацию.

Для построения модели ЭО необходимо: 1) определить класс общения, к которому относится данный ЭО; 2) определить категориальные формы общения, чья форма реализации определяется в зависимости от параметров составляющих коммуникации, а именно – коммуникантов, сообщения, контекста, контакта и кода.

В ЭО «информационная статья» в роли коммуникантов выступают автор статьи и читатель; сообщение имеет форму информационной статьи; контекст и код будут определяться обществом и/или языковым сообществом, в котором имеет место данный ЭО; контакт носит форму письменной речи.

В соответствии с вышеназванными параметрами коммуникации, определим класс общения ЭО «информационная статья» и присущие данному ЭО категориальные формы общения.

Согласно классификации общения Д. Г. Богушевича, информационная статья относится к открытому неограниченному типу общения, в основе которого лежит публичный стиль речи. Несмотря на то, что две основные в данном эпизоде роли – автора и читателя – распределены, любой из членов социума при желании может принять участие в общении.

Далее рассмотрим категориальные формы общения.

Особенностью газетного текста является то, что хотя читатель и принимает в нем участие, его реакция в абсолютном большинстве случаев не носит эксплицированный характер (хотя такая возможность и существует, учитывая наличие в некоторых изданиях рубрики «письма читателей»). В результате, нельзя с уверенностью сказать, будет ли коммуникативная ситуация развиваться по принципу согласия или несогласия.

Также остается неизвестным, равен ли статус коммуникантов в данном ЭО, или нет (хотя автор и претендует на более высокую степень информированности).

Категория этикетности будет преимущественно носить соответствующую публичному стилю речи нейтральную форму. Реализация данной категории будет заключаться в соблюдении коммуникантами «принципа вежливости» Дж. Лича. Мы предполагаем, что для британской «популярной» прессы будет характерно отклонение от нейтрального стиля в сторону неформального, а для «качественных» изданий в сторону формального стиля языка.

Что касается других категорий, то можно утверждать, что:

1. Отсутствие чередования ролей исключает из рассмотрения категорию ритуальности.

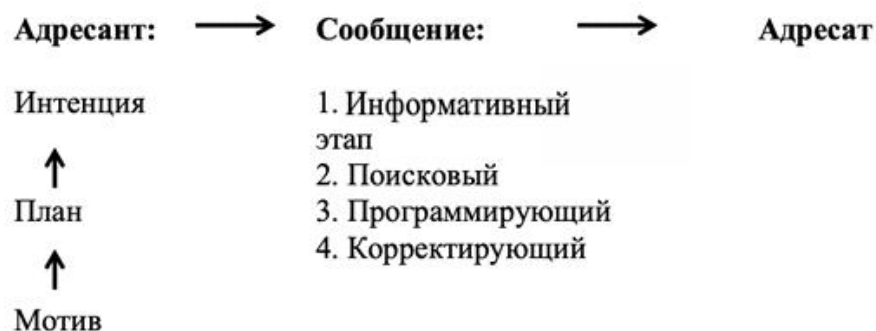
2. Общение в статье носит односторонний характер, что выражается в полном доминировании автора.

3. Категория репрезентативности носит смещено-социальную форму, так как автор обычно выражает мнение издателя.

4. Эпизод имеет слабую результативность, так как его результат не получает словесного выражения.

5. Категория этапности будет реализовываться в виде четырех присущих ей форм, которые будут характеризовать построение адресантом его высказывания: информативной, поисковой, программирующей, корректирующей, исходя из присущих ему мотивов и интенций.

Графически модель ЭО «информационная статья» можно представить следующим образом:



Данная модель ЭО, а также выводы в отношении законов ее функционирования являются общими для всех коммуникативных ситуаций, входящих в данный ЭО.

О. А. Зинина

К ВОПРОСУ О СЛОВАРНЫХ РЕАЛИЯХ

Словарными называют заимствованные реалии, освоенные полностью либо частично, фиксируемые в словарях чужого языка. Попадая в чужой язык, реалии оказываются в языковой системе, отличающейся от языка источника и начинают адаптироваться к нормам этого языка. Адаптация является сложным, многоступенчатым процессом. Реалии, как и вся иноязычная лексика, проходят несколько стадий освоения – фонетическую, графическую, грамматическую и семантическую. Полностью или частично освоенные реалии входят в разряд иностранных слов, если они зафиксированы в словарях языка перевода. Таким образом, данная лексика теряет статус безэквивалентной.

Значения словарных реалий указаны в словарях иностранных слов, где они представлены достаточно полно, или специализированных словарях-справочниках, в которых собраны реалии, употребляемые в литературе.

Но словарные реалии не дают возможности получить полную картину возможных переводческих решений, так как словарные соответствия в большинстве случаев передают лишь лексическое значение переводимого слова. А ведь подбор эквивалента при переводе во многом усложняется за счет наличия в семантике слова национально-культурного компонента. Переводчик не всегда может положиться на словарный вариант, он должен использовать свои фоновые знания и обширный аппарат переводческих стратегий.

В качестве примера можно привести те случаи, когда переводчики отказываются от использования словарных соответствий при переводе, как, например, при переводе английской реалии *French window*, которая передается в русском как *стеклянная дверь*, что делает ее понятной русскому респонденту, несмотря на то, что «Словарь иностранных слов русского языка» приводит ее словарное определение *французское окно, доходящее до*

пола. Таким образом, русский приближенный аналог становится максимально культурно адаптированным. Еще одним примером является передача русской реалии *квас* на английский как *rye beer* в английском переводе романа М. Шолохова «Тихий Дон». С целью сделать реалию понятной англоязычному респонденту переводчик выбирает английский аналог вместо словарной дефиниции *mildly alcoholic drink made from yeast or bread*, которая приводится в «The Oxford Dictionary of Foreign Words and Phrases».

Примером сохранения словарной реалии при переводе с русского на английский являются реалии *кафтан* и *сюртук*, которые переданы в переводе романа М. Шолохова «Тихий Дон» как *long tunic* и *frock coat*. В данном случае использование словарных эквивалентов адаптирует русские реалии к восприятию иноязычным респондентом, но обезличивает их, лишая национально-культурного компонента.

Словарные эквиваленты могут быть представлены транслитерацией, как, например, русская реалия *кибитка*, передаваемая в словаре как *kibitka*. Несомненно, что такая передача русской реалии затруднит понимание, а контекст романа М. Шолохова не поможет вызвать правильные ассоциации, например *He was watching kibitkas slowly and gracefully moving in the distance, their dark colors contrasting with the sky*.

А. П. Клименко

ПУТИ ПОИСКА ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА В ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ЭКСПЕРИМЕНТЕ

В практике использования языка его носители нередко встречаются с неизвестными им словами. Это особенно часто происходит при частичном владении языком в процессе обучения языку или при неполном двуязычии. Для того, чтобы понять неизвестные им слова, носители языка прибегают к внешним по отношению к себе средствам, то есть, переспрашивают, заглядывают в словарь и т.п. Но обычно к этому носитель языка прибегает после попытки использовать «внутренние» средства, если эта попытка не дает желательного результата или полученный результат вызывает сомнения. Вопрос о внутренних резервах понимания незнакомого слова и особенностях использования их может быть разрешен, в частности, экспериментально.

В последние годы усилилось внимание к методам изучения семантики, позволяющим объективно раскрыть значения лингвистических единиц. Среди этих методов определенное место занимает психолингвистический анализ семантики, основанный на обращении к информантам – носителям языка за прямой или косвенной информацией относительно значений слов.

Существенной чертой современного психолингвистического анализа значений является стремление к большей объективности исследований, осуществляющихся в двух направлениях. Один путь – совершенствование психолингвистических наблюдений над семантикой, другой – совершенствование экспериментальных методик изучения интуиции.

В данных исследованиях была показана роль слова как важнейшей семантической единицы в речевой деятельности (А. А. Леонтьев). Для психолингвистических исследований, как и для лингвистических вообще, слово оказывается чрезвычайно существенным элементом функционирования языковой системы, а потому анализ семантики слова относится к числу важнейших направлений психолингвистических исследований.

В ходе данных исследований находит подтверждение обязательность содержательной стороны, значения слов, настоятельное стремление носителей языка к выяснению, поиску значения некоторого звукового комплекса. Одной из часто используемых психолингвистических методик является методика «угадывания» или «приписывания» значений звуковым комплексам, предъявляемым испытуемым в той или иной форме. Само применение этой методики базируется на том, что обычно не представляет труда убедить испытуемых в наличии у представляемого звукового комплекса значения (возможно, по тем или иным причинам неизвестного испытуемому). Можно предположить, что это слово другого подъязыка (территориального или профессионального диалекта) или что данное «слово» – мало распространенное собственное имя (в том числе, аббревиатура, малоизвестное название учреждения) и т.д.

Простым экспериментом в этом направлении может быть эксперимент на угадывание смысла некоторых незнакомых слов. Известны соответствующие опыты по угадыванию значения слов искусственных «лабораторных языков», взятых обычно вне контекста, а также опыты на угадывание искусственных слов, вводимых в некоторые тексты. Более близким к реальным условиям общения может быть эксперимент, в котором испытуемым, изучающим иностранный язык, предлагается перевести некоторые предложения, включающие неизвестные им слова

Если звуковой комплекс напоминает реальное слово, испытуемый, во что бы то ни стало, пытается разыскать несуществующее значение слова. Так, например, о комплексе *пок* зафиксировано показание испытуемого, что это звукоподражательное междометие для обозначения лопающейся посуды, хотя в русских словарях такого слова нет. Комплекс *лум* расшифрован как иностранная фамилия, а комплекс *рjal* как аббревиатура (предлагались и ее расшифровки); комплекс *тос* был якобы знаком испытуемому, который, однако, не помнит, что это значит.

В процессе поиска значений для задаваемых звуковых комплексов производится перебор лексики. Возможно, если судить по уточняющим вопросам испытуемых, такой перебор происходит несколько иначе, если требуется учесть и косвенные формы слов. Видимо, поиск среди собственных имен также представляет собой несколько иную задачу (судя по уточняющим вопросам и пропускам в ответах, в частности, в том случае, если слова задаются в письменной форме и печатаются строчными буквами). Важным элементом поиска является словообразовательный анализ слов на предмет установления возможной их производности. Интересны в этом случае встречающиеся подчас ошибочные осмысления, моделирующие народную этимологию.

В этом плане интересно свидетельство С. Лема о невозможности для писателя быть уверенным в семантической стерильности неологизмов. Не всегда созданный писателем неологизм будет правильно понят читателем. Определенная группа поэтических неологизмов ориентирована не на то, чтобы читатель (слушатель) находил точное значение предложенного слова, но на сам процесс поиска, который будет производить читатель, причем в процессе поиска у читателя будут складываться те (пусть неясные и не до конца осознаваемые) ассоциации, которые хочет вызвать поэт.

Детский лепет отличается отсутствием значения, но когда у ребенка начинает складываться императив поиска значения, он, стремясь связать план выражения с планом содержания, производит соответствующий анализ поступающего материала, причем ребенок меньше, чем взрослый ограничен в путях поиска и оценки получаемых результатов, что и создает определенную специфику в детском понимании незнакомых слов.

Как показывают эксперименты, значение осознается носителями языка как обязательная сторона слова: слов без значения в естественном языке не должно быть, только соединение значения со звучанием делает последнее словом. Носитель языка допускает свое неведение, незнание значения слова, но стремится найти это значение. Значительный разбой в ответах о значении псевдослов указывает на возможность различных подходов к их осмыслению, хотя, вероятно, могут быть установлены некоторые общие пути поиска значений (хотя бы в рамках данной языковой системы для данного типа звуковых комплексов), если только признать, что в индивидуальной памяти отражаются общеструктурные свойства языка. По-видимому, изучение путей, позволяющих реализовать императив поиска значений, может дать материал, свидетельствующий об объективном устройстве словаря (в его части – для слушающего).

Экспериментальные исследования семантики отдельных лексических групп лексики показали, что семантика слова – явление сложное и разностороннее. Для полноты ее представления необходимо комплексное применение нескольких психолингвистических методик, соединение которых может дать полное и объективное отображение реальной семантики слова в его соотношении с действительностью, с другими словами, в его функциях и использовании.

Среди психолингвистических методик изучения значения слов выделяется несколько методик, при использовании которых изучаемые слова включаются в сочетания слов или предложения. Таким образом, прямо устанавливается соотносительность слов с единицами высшего уровня. Другая группа методик оперирует со словами, взятыми вне текста. Но и здесь предполагается способность слов выступать в качестве частей единиц высшего уровня. Определенный интерес представляет третья группа методик, которая построена на использовании сочетаний букв, приближающихся к обычным словам, но лишенных значения в обследуемом языке.

В методическом плане, обсуждая результаты экспериментов, надо отметить, что испытуемые проявляют в работе с изучаемым иностранным языком

определенную сознательность, которую и следует использовать, т.е. нужным образом направлять во взрослой аудитории. Видимо, было бы неверно пускать познавательную деятельность учащихся на самотек, в частности и потому, что она может привести и к нежелательным интерференциям. С другой стороны, целесообразно при обучении языку предусматривать определенную работу по обучению учащихся пониманию непонятных слов, базируясь опять-таки на принципе сознательности обучения.

И. И. Комаристова

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ И ОНИМЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ КУЛЬТУРЫ

Одной из целей нашего исследования является описание прецедентных феноменов и онимов, используемых с 2014 по 2018 гг. включительно в американской художественной литературе, их классификация в соответствии с источником происхождения, а также сравнение результатов анализа с результатами, полученными при исследовании американской художественной литературы с 1987 по 2004 годы.

Поскольку интертекстуальность включает понятие прецедентности и интерпретируется как способ изучения фрагмента культурно-познавательного фонда языкового сообщества и его социокультурного портрета, были исследованы прецедентные феномены в текстах американской художественной литературы двух периодов. Проанализированные тексты принадлежат разным авторам и направлены на широкую читательскую аудиторию, так как только в этом случае представляется возможным получить объективную картину того фонда знаний, который наиболее актуален и востребован американским языковым сообществом.

Нами были исследованы и онимы, которые характеризуются, как и прецедентные феномены, общеизвестностью, но не используются в метафорическом значении.

Они также вызывают исследовательский интерес, так как можно предположить, что, характеризуясь, как и прецедентные феномены, общеизвестностью, они могут при определенных условиях быть использованы не в своем первичном значении, а, как и прецедентные феномены, быть употреблены метафорично и приобретя статус прецедентности, стать составляющими интертекста.

Сопоставительный анализ художественных текстов, являющихся интертекстом, позволил определить, изменилось ли за десять лет ядро интертекста, которое представлено самым многочисленным источником прецедентных феноменов, какие источники прецедентных феноменов являются наиболее приближенными к нему, а какие – наиболее удалены, изменился ли наиболее актуальный и востребованный фонд знаний.

Ядро американского интертекста до сих пор составляют прецедентные феномены из области искусства, в частности массовой культуры. Его пери-

ферия представлена прецедентными феноменами из истории, прессы, религии, мифологии, спорта и науки. Причем в этой же последовательности они удалены от ядра. 10 лет назад самыми близкими к ядру, как и сейчас, были прецедентные феномены из области истории, прессы, религии. Самыми удаленными от него были прецедентные феномены из области спорта. Данный сопоставительный анализ продемонстрировал, что самыми удаленными от ядра являются теперь прецедентные феномены из области науки. Они количественно уступают прецедентным феноменам из области мифологии, спорта.

Соответственно, наиболее востребованными у представителей американского языкового сообщества продолжают оставаться прецедентные феномены из области искусства (массовой культуры). Они, как и 10 лет назад, находятся в центре внимания языковой культуры американского языкового сообщества.

Источники прецедентных феноменов меняются очень медленно, их место в общей иерархии также подвержено незначительным изменениям, в то время как сами прецедентные феномены в рамках этих источников не являются константами. Одни названия и имена полностью вытесняются новыми, которые соответствуют времени и отражают его. Другие из разряда частотных переходят в разряд редко упоминаемых. И только редкие имена и названия не теряют своей актуальности, оставаясь наиболее частотными в рамках соответствующего источника, находя отклик у новых поколений.

Н. А. Копачева

СВОЙСТВО СЛОВОПОРЯДКА В ЛИНЕЙНОЙ СТРУКТУРЕ АНГЛИЙСКИХ МНОГОКОМПОНЕНТНЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ

Роль значимости порядка языковых форм в английском языке отмечается многими лингвистами. А. С. Смирницкий, Л. Блумфильд указывали на непосредственную зависимость между функционированием порядка языковых форм и степенью развитости морфологической системы языка с одной стороны, и взаимодействием словопорядка и линейностью речи с другой. Целью настоящего исследования является установление смысла многокомпонентных словосочетаний на основе позиции их компонентов в линейной структуре. Объектом исследования явились многокомпонентные словосочетания, состоящие из трех и более знаменательных слов, представляющие собой синтаксически связанную группу слов и выполняющую номинативную функцию в англоязычных текстах по информационным технологиям.

В структуре многокомпонентных словосочетаний выделяются ведущий компонент, ядро, и зависимые компоненты, адьюнкты. Многокомпонентные словосочетания, в зависимости от характера направления распространения ядра, делятся на структуры с правосторонним и левосторонним ветвлением стержневого компонента. Английское словосочетание, в отличие от русского, характеризуется регулярным левым развертыванием, в котором зависимые слова предшествуют главному. Например: *Site content management system*

‘система управления содержанием сайта’. Ядром словосочетания является, как правило, имя существительное. Словосочетание образуется путем заполнения одной из возможных при ядре синтактико-семантических линейных позиций. В качестве адьюнктов при таком ядре могут выступать существительные, прилагательные, формы причастия. Каждая лексическая единица, входящая в состав словосочетания должна обладать свойством сочетаемости, которое обусловлено категориальной и семантической валентностью компонентов словосочетания. Валентность позволяет слову иметь вокруг себя определенный набор синтактико-семантических позиций, удовлетворяющих критерию структурной, линейной и смысловой завершенности. Критерием определения ведущего и подчиненного членов является способность ядра выступать вместо всей группы в составе предложения. В словосочетаниях с немаркированной категориальной принадлежностью, состоящей, например, из одних субстантивных компонентов, ядро занимает строго фиксированное последнее место в линейной структуре. Если в пределах словосочетания изменяется их позиция относительно друг друга, то меняется функция и смысл всего словосочетания. Например: *analysis accuracy* ‘качество анализа’, *accuracy analysis* ‘анализ качества’.

Образование английских многокомпонентных словосочетаний в английском языке в целом происходит на основе исходных двухкомпонентных словосочетаний, характеризующихся тесными структурно семантическими отношениями. Являясь базовыми для создания более длинных словосочетаний, двухкомпонентные словосочетания не вызывают больших затруднений при понимании и переводе на русский язык. Существующие исследования показывают, что двухкомпонентные словосочетания оказываются оптимальным языковым средством в сфере современных понятий и терминов и имеют наибольший удельный вес в различных научных терминологиях.

Наиболее распространенной группой многокомпонентных словосочетаний в анализируемых текстах по информационным технологиям являются трехкомпонентные словосочетания. Например: *Standard backup procedure* ‘стандартная процедура резервной поддержки’, *data-storage system* ‘система хранения данных’, *adequate scientific backup* ‘достаточное научное сопровождение’. Связь между адьюнктами и ядром словосочетания осуществляется простым соположением слов, примыканием. Формальным показателем этой связи выступает контакт-соположение в линейной последовательности членов словосочетания. Например: *operation address* ‘адрес команды’ → *operation address register* → ‘регистр адреса команд’. Значение словосочетания определяется отношением между ядром и его адьюнктами. Так в приведенном двухкомпонентном словосочетании слово *address* выступает ядром, а в образованном трехкомпонентном это слово является адьюнктом. Таким образом, позиционные свойства компонентов словосочетания влияют на семантику всего словосочетания.

Четырехкомпонентные словосочетания в английском языке представлены структурами, в которых основными адьюнктами являются существительные и причастия. Например: *lost software license keys* ‘утерянные

лицензионные ключи к программам’, *satellite enabled software solutions* – ‘программное обеспечение на основе средств спутниковой связи’, *software provider network services* – ‘программное обеспечение сетевых служб’. Контакт-соположение выражает степень близости семантической связи между компонентами, а степень близости соотносится с морфологической характеристикой контактирующих элементов. Следовательно, понимание и перевод словосочетаний с глубокой иерархической структурой целесообразно осуществлять посредством установления степени позиционной и смысловой спаянности компонентов внутри словосочетания, выделения бинарных групп и установление семантических отношений внутри их.

Таким образом, рассматриваемые словосочетания представляют собой специфический для английского языка тип синтаксических соединений. Словосочетания этого типа характеризуются отсутствием какого-либо морфологического оформления синтаксической связи между стержневым и зависимым компонентами. Эту связь осуществляет порядок компонентов, при котором зависимый компонент обязательно находится в препозиции к стержневому. Многокомпонентные словосочетания языка информационных технологий представляют собой номинативные единицы особого типа, которые способны выражать емкие наименования научных процессов и понятий. Они являются важной особенностью научного текста, обеспечивая точную передачу основного содержания. Функционирование многокомпонентных атрибутивных словосочетаний является одним из проявлений действия закона языковой экономии в современном английском языке. Рассматриваемые словосочетания представляют собой удобное и экономное средство выражения содержания, так как позволяют в компрессированном виде сообщить развернутую информацию. Многокомпонентную структуру указанных словосочетаний можно рассматривать как результат свертывания целого предложения в атрибутивное словосочетание.

Лингвистический анализ основных структурных моделей многокомпонентных словосочетаний показал, что такие словосочетания обладают свойством смысловой и структурно-грамматической целостности. В то же время каждый элемент сохраняет свою собственную семантику, являясь частью единого семантического целого. Значение многокомпонентных словосочетаний определяется позицией компонентов относительно друг друга в линейной последовательности и отношениями между ядром и его адьюнктами.

Следует отметить, что в настоящее время в компьютерном дискурсе развивается тенденция замены многословных словосочетаний сложносокращенными словами и аббревиатурами. Например: *Hyper Text Markup Language* – *HTML* ‘язык разметки гипертекста’, *Hyper Text Transfer Protocol* – *HTTP* ‘протокол передачи гипертекста’. Хотя развитие массовой виртуальной коммуникации привело к появлению многочисленных аббревиатур и акронимов, вместе с тем вербальная коммуникация на основе информационных технологий ставит перед лингвистами целый ряд вопросов, в частности, об эффективности аббревиации в процессе виртуальной коммуникации, о спе-

цифике аббревиатур в лингвистическом коммуникативном виртуальном пространстве и пр. Поставленные вопросы могут быть предметом дальнейших исследований.

В заключение следует отметить, что многокомпонентные словосочетания в англоязычном письменном компьютерном дискурсе позволяют передать максимальное количество информации при минимальном использовании грамматических средств связи. Такие словосочетания не допускают вариативности смысловой интерпретации в тексте и способствуют достижению информационной компрессии.

Е. В. Кротюк

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ТОЛЕРАНТНОСТИ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ КАРТИНЕ МИРА

Благодаря усилиям ЮНЕСКО к концу XX в. понятие *толерантность* стало международным термином и широко употребляется в русскоязычном обществе. Заимствованное из английского языка (*tolerance, to tolerate* ‘терпеть, выносить, переносить’), точного перевода на русский язык оно не имело. Современные русскоязычные толковые словари по-прежнему определяют толерантность как *терпимость* к иному мировоззрению, образу жизни, поведению и обычаям. При переводе на русский язык Декларации принципов толерантности (Declaration of Principles on Tolerance, 1995) *толерантность* перевели как *терпимость*, что искажает полноту понятия *толерантность*.

Профессор И. А. Стернин говорит о *мотивированной лакунарности* понятия *толерантность* в русском сознании, высказывая точку зрения о том, что понятие *толерантность* в русской концептосфере до недавнего времени не существовало, и этот концепт сейчас в процессе формирования в русском сознании – на базе заимствованного слова.

Вопрос о (национальной, индивидуальной) картине мира обычно возникает в процессе коммуникации при нашем столкновении с иным видением сущности вещей нашим собеседником. Е. М. Верещагин констатирует, что при заполнении языковых лакун, заимствовании новых языковых форм человек продолжает «мыслить категориями» национальной культуры, «вкладывать в них национально-культурное содержание» родного языка, таким образом приспособляя смысл заимствования под свою картину мира. Именно в связи с этим положением толерантность в русскоязычной картине мира приобретает свои специфические оттенки и границы использования.

Исследуя русский менталитет и коммуникативное поведение, профессор И. А. Стернин приводит в качестве лингвоспецифических для русского языка относительно недавно заимствованные понятия *tolerance, political correctness, privacy*. Проясняя лакунарность интересующего нас понятия *толерантность*, И. А. Стернин констатирует, что на бытийном уровне толерантность в русском языке долгое время «оставалась уделом отдельных нравственных и просвещенных личностей», проповедовалась почти только христианской религией. Русский народ как коллектив приучен историей к сплочению во

имя выживания, к совместному противостоянию врагам, чужим, а это привело к формированию жесткого биполярного сознания «свой-чужие», где чужие всегда отождествлялись с опасностью, вызывали недоверие. Идея же толерантности отождествляется с христианскими заповедями активного принятия другого: «*Возлюби ближнего твоего*», «*Не противься злу*».

Понятие *толерантность* в русскоязычной картине мира напрямую соотносится с христианством. Имена Л. Н. Толстого, М. Ф. Достоевского, В. С. Соловьева, С. Л. Франка, Н. Я. Данилевского, М. М. Бахтина и многих других деятелей второй половины XIX – первой половины XX в. ассоциируются с русской духовной культурой, системой ценностей, присущей именно русскому народу.

Так, принцип толерантности был заложен В. С. Соловьевым, осуждавшим проявления национальной нетерпимости в статье «Три Силы». В своей метафизике всеединства и в цельном знании философ предполагает принятие и взаимообогащение различных культурных и религиозных противоположностей.

В «Оправдании добра» В. С. Соловьев приводит терпимость как одну из пяти добродетелей наряду с великодушием, бескорыстием, щедростью и правдивостью. Философ различает понятия *терпимость* и *терпеливость* (*пассивная* сторона великодушия). Терпимость же объясняется как особая разновидность терпеливости, «допущение чужой свободы, хотя бы предполагалось, что она ведет к теоретическим и практическим заблуждениям».

К значимости как христианских добродетелей, так и влияния господствующих политических идеологий в интерпретации идей толерантности обращается А. Д. Шмелев. Рассматривая понятие *толерантность* через лексему *терпимость*, А. Д. Шмелев приводит ряд лексических единиц и синтаксических конструкций для отображения восприятия концепта толерантности русским сознанием. При этом *терпимость* рассматривается с трех точек зрения.

Так, *смирение* – важнейшая христианская добродетель – по аналогии с созвучным словом *примирение* имеет положительную окраску, в отличие от *примиренчества* и *компромисса*. Автор комментирует наличие различий между русскими и англосаксонскими ценностными установками в отношении *компромиссов*: влияние советской идеологии привело к тому, что человек должен быть *бескомпромиссным* и не должен *мириться* ни с врагами, ни с недостатками; конструкция *идти на компромисс* выражает, по мнению автора, некий трагизм – на компромисс идут как на плаху. Компромиссы русское сознание считает недостойным делом, проявлением беспринципности.

Слово *широта* интерпретируется как аспект терпимости, понимания возможности различных точек зрения: сочетание *человек широких взглядов* – это человек прогрессивных воззрений, готовый переносить инакомыслие, склонный к плюрализму (ср. *узость взглядов*). *Широта* в таком понимании есть свойство русского характера. Но она превращается в подлость, если человек *широких взглядов* вообще не желает видеть различия между добром и злом, склонен к попустительству.

Понятия *терпимость* и *нетерпимость*, по мнению А. Д. Шмелева, соотносятся с употреблением глагола *терпеть* в значении '(не)мириться с существованием отрицательно оцениваемого явления', обозначающего в основном активную установку субъекта, мирящегося (или не мирящегося) с негативными явлениями. Однозначной оценки *терпимости* и *нетерпимости*, по мнению А. Д. Шмелева, русская языковая картина мира не содержит.

Таким образом, при рассмотрении понятия *толерантность* мы неизбежно сталкиваемся с лексемами *(не)терпимость*, *(не) терпеть*. Здесь необходимо четко осознавать, что эти понятия близки, но не тождественны: терпимость преимущественно означает терпение к плохому, толерантность же – это терпение к другому, не такому, как ты. По А. Д. Шмелеву, глагол *терпеть* имеет негативную окраску: терпение означает лишь внешнее сдерживание своего отношения (*я его еле терплю*), в то время как *толерантность* предполагает «активное отношение, формируемое на основе признания универсальных прав и свобод человека».

Можно констатировать, что термин *толерантность* долгое время являлся лакунарным для русскоязычной картины мира, однако сама идея присуща русскоязычному обществу и базируется на нравственных понятиях, христианском принятии, терпении, понимании, любви к ближнему. Попав в русскоязычную среду, содержание понятия *толерантность* преломляется, приобретая свою характерную национальную специфику, находясь под давлением смежных, но не тождественных понятий, сформированных историческими процессами.

В XXI в. концепция толерантности в русскоязычном обществе находится в процессе формирования. Важно осознавать необходимость корректного формирования отношения к идеям толерантности, прежде всего уделяя внимание развитию коммуникативной толерантности, манифестирующей цивилизованное восприятие действительности, цивилизованное отношение ко всему *иному*, *чужому*, к инакомыслию при необязательном принятии и разделении этих мнений и убеждений. Открытым остается вопрос о возможности тотального перенесения западного опыта в русскоязычный мир, ведь любое заимствование должно соответствовать цивилизационному опыту и потенциалу страны.

О. Ф. Курилович

ПРОБЛЕМА АНАЛИЗА СООТНОШЕНИЯ МЫСЛИ И СЛОВА

С начала возникновения современной психолингвистики ключевое место среди ее проблем занимает проблема соотношения мысли и слова: как облачаются психические феномены (мысли) в материальную форму (слова), образуя связанное высказывание. Взаимодействие материи и психики – это аспект знаменитой психофизической проблемы, решение которой на основе философских, психологических, физиологических и лингвистических подходов до сих пор не достигнуто.

Процесс порождения высказывания — это типично психолингвистическая проблема, поскольку ее методы и методики позволяют исследовать не только «внешние звенья» процесса речепроизводства, что возможно и в лингвистике, но и внутренние, ненаблюдаемые аспекты процесса порождения высказывания. Языковые явления как таковые должны изучаться в специфической системе координат, принимающей во внимание все многообразие факторов и условий, связанных с психической жизнью активного субъекта речемыслительной деятельности, включенной в другие виды деятельности в составе социума; под воздействием последнего формируется индивидуальная картина мира, вне которой языковые средства не имеют смысла. Психолингвистический подход к изучению проблемы позволяет создать модели порождения высказывания, обладающие большей объяснительной силой, с большей достоверностью отражающие объект познания во всем многообразии его связей и отношений.

Важно при этом подчеркнуть, что психолингвистическое изучение не только не отрицает исследования языковых явлений другими способами, но сходится с результатами, которые получаются путем применения других методов. Следовательно, психолингвистика дополняет иные методы лингвистического анализа материала и обогащает лингвистику новыми данными. Это в полной мере относится и к проблеме процесса порождения высказывания.

М. М. Лойша

НАРРАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В политической коммуникации существует широкий репертуар коммуникативных стратегий, которые применяются участниками политического дискурса, но в последнее время актуальными стали исследования именно *нарративной когнитивной* стратегии как в отечественном, так и в зарубежной лингвистике.

Отправной точкой интереса к нарративу в гуманитарных науках, по мнению Й. Брокмейера, является «открытие в 1980-х гг. того, что повествовательная форма — и устная, и написанная — составляет фундаментальную психологическую, лингвистическую, культурологическую и философскую основу наших попыток прийти к соглашению с природой и условиями существования».

Сегодня все чаще средствами убеждения являются не логические аргументы, представляющие собой статистические данные, отдельные факты, данные экспериментов, понятия логически-абстрактного мышления, а примеры, оформленные в виде историй, повествовательных текстов. Это можно объяснить тем, что нарратив всегда использовался как форма передачи знаний, опыта, способ обучения младших поколений, а также средство развлечения. Таким образом, истории апеллируют как к архетипичному знанию, то есть фрагменту действительности, обобщенному в знакомые и понятные сюжеты, так и к личному опыту человека, который может быть

представлен в виде сценария или фрейма. На данную закономерность указывал Т. ван Дейк, когда отмечал, что «важнейшим компонентом процессов построения и восприятия текстов является осмысление стоящих за ними социальных ситуаций и их когнитивная репрезентация».

Наиболее широкое понимание нарративной коммуникативной стратегии рассматривает ее как целенаправленное воздействие на партнера с помощью сюжетно-повествовательных высказываний (*нарративов*).

В политическом дискурсе нарративная стратегия наиболее часто используется в избирательных кампаниях, парламентских дебатах по определенной проблеме. Популярность данной стратегии в политическом дискурсе объясняется не только убеждающей силой нарратива, но и общеполитическим контекстом, оказывающим непосредственное влияние на законы построения коммуникации.

По мнению Е. И. Шейгал, для политической сферы наиболее распространены три вида нарративов: личностный (нарратив политика), идеологический (нарратив-доктрина), событийный (нарратив политических событий и ситуаций).

Личностный нарратив выполняет функцию саморепрезентации и играет значительную роль в формировании политического имиджа. Личностный нарратив презентует последовательность жизненных событий политика таким образом, чтобы установить контакт с аудиторией, завоевать ее расположение и заставить аудиторию отождествлять личность политика с собою. Следующий вид нарратива – идеологический, или нарратив-доктрина. Его основу составляет некая идея или комплекс идей, доктрина, лежащая в основе партийной идеологии. Третий вид нарратива – событийный политический нарратив, который выполняет сразу несколько функций: а именно, он используется для обоснования определенного политического курса, объясняет сложившуюся политическую ситуацию, поясняет те или иные политические акции. По мнению Е. И. Шейгал, «событийный нарратив нередко представляет собой определенную версию политической ситуации или события (версия = вариант изложения/объяснения)».

Таким образом, владение нарративной стратегией признается сегодня одним из условий успешности политика в публичных выступлениях.

А. Б. Окаева

ЯЗЫК СМИ КАК ОТРАЖЕНИЕ ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Большое количество людей воспринимают жизнь через призму новостных сообщений, которые поступают ежесекундно на разнообразные средства связи. Современный человек живет в медийном пространстве и неизбежно попадает под влияние медиадискурса, в котором находят отражение и в последствие фиксируются многочисленные изменения языковой действительности. Скорость, с которой так называемые «модные словечки» или

buzzwords, заполняют язык средств массовой информации, просто поражает. Человек, родившийся 50 лет назад, к примеру, совершенно спокойно воспримет использование таких лексических единиц, как *paparazzo*, *black hole*, *cyborg* или *global village*, но может и не понять, что означают слова *twitterati*, *brogrammer* или *manspreading*.

В настоящее время именно английский язык, на котором говорит свыше 1,5 млрд человек, является тем полигоном, на котором появляются и функционируют новые слова и выражения. Поскольку появление новых единиц свидетельствует о языковом развитии, очевидно, что новые слова возникают в областях лексики, связанной с социальными и политическими преобразованиями, а также с научно-техническим процессом.

На данный момент сложно представить взрослого англоязычного человека, который бы не знал слово *Brexit*. Но интересно вспомнить, что до появления *Brexit* был еще и *Grexit* и даже *Graccident*, но поскольку выход Греции из Евросоюза так и не состоялся, эти новообразованные единицы, вероятно, остались в памяти либо участников тех событий, либо лингвистов. Сегодня online версии ряда словарей фиксируют единицы *Grexit* и *Craccident* только со ссылкой на *crowdsourcing from Open Dictionary*, еще одно понятие, появившееся в англоязычном дискурсе в XXI веке. В самом широком смысле этот термин означает привлечение к решению тех или иных проблем большого круга лиц для использования их творческих способностей, знаний и опыта. Как правило, действия такого рода осуществляются с применением инфокоммуникационных технологий. Таким образом, можно сделать вывод о том, что *Grexit* и *Graccident* оставили электронный след в англоязычном медийном пространстве, но в силу потери актуальности, так и не получили своего лексического развития. Очевидно, что возникновение той или иной лексической единицы в средствах массовой информации далеко не всегда означает закрепление последней в словаре.

Если вернуться на 7 лет назад, то можно констатировать, что тогда англоязычное медийное пространство только приобретало одну за другой лексические единицы, связанные с возможным выходом Великобритании из Европейского союза. Такие лексические единицы, как *Brexit*, *Brexiter*, *Brexitteer*, *Brexitophobia* постепенно укрепились в медиадискурсе. Как хорошо известно, референдум 2016 г. обозначил готовность Соединенного Королевства покинуть Европейский союз в 2019 году. Запланированный на март 2019 *Brexit* не состоялся, но то количество обсуждений вариантов выхода страны из ЕС, которое накопилось к настоящему моменту, породило заметное количество выражений, характеризующих тип выхода и отношение к нему в британском обществе: *hard Brexit*, *soft Brexit*, *clean Brexit* и даже *disorderly Brexit*. Поскольку вопрос пока не решен, вполне возможно появление новых лексических единиц, непосредственно связанных с основным явлением.

Благодаря широкому распространению в современном английском языке такого способа словообразования как словослияние заметно возросло количество слов-слитков. Наиболее заметный рост числа подобных единиц харак-

терен именно для медиасферы. Следует подчеркнуть, что если в прошлом язык средств массовой информации воспринимался как воплощение высокого стандарта и нормы литературного языка, то современное медиапространство демонстрирует скорее неуклонный переход к более упрощенной форме языковой подачи. Скорость передачи и распространения информации диктует свои каноны представления материала. Сегодня язык СМИ оперирует такими постулатами, как хорошо известные – *simplicity, clarity* и *force*, т.е. ‘простота, ясность и сила’. Появление своих страничек в социальных сетях у официальных структур самого высокого уровня ведет к смещению от более официального к практически неформальному стилю общения, как в электронных, так и в печатных англоязычных СМИ.

Научно-технический прогресс и социальные трансформации составляют неотъемлемую часть англоязычного информационного пространства. Слова *Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, selfie, blogger* и *drone*, благодаря своему широкому распространению в медийном пространстве знакомы не только представителям поколений Y и Z, но и их родителям. Несколько сложнее разобраться с такими понятиями, как: *twitterati, tweetheart, brogrammer* или *manspreading*, поскольку в этом случае уже нужен определенный социокультурный контекст. Например, *Twitterati* используется для обозначения как отдельного человека, зачастую профессионала в медийной сфере, к мнению которого прислушиваются в *Twitter*, так и для указания на все сообщество этой социальной сети, а *tweetheart* – это, прежде всего ‘любимец публики’ в *Twitter*. Важно отметить, что, например, лексические единицы ‘*twitter*’ и ‘*drone*’ существовали в английском языке давно, однако приобрели новое звучание уже в XXI веке.

Слово *brogrammer*, появившееся в англоязычном медиадискурсе уже в 21-м веке, может служить еще одним примером такого распространенного сегодня способа словообразования как словослияние. Образованное путем частичного слияния лексических единиц *bro* и *programmer*, *brogrammer* используется для обозначения представителя IT-сферы, который всячески подчеркивает свою маскулинность и гордится своей принадлежностью к *броккультуре*. В целом, вопросы гендерного неравенства, а зачастую и противостояния полов, находят яркое отражение в англоязычной медиасфере. В частности, появление лексической единицы *manspreading* изначально было вызвано насмешливым отношением прекрасной половины человечества к привычке некоторых представителей сильного пола сидеть, преимущественно в общественном транспорте, широко раздвинув ноги, занимая, таким образом, больше места, чем предусмотрено. Данная лексическая единица, появившаяся в информационном пространстве благодаря феминисткам, стала в конечном итоге темой для обсуждения в обществе и предметом дискуссий в лингвистическом сообществе. Online-версии словарей зафиксировали эту лексическую единицу, но споры по поводу правомерности обвинения мужчин, предпочитающих сидеть в общественном транспорте в стиле *manspreading*, в неподобающем поведении, не утихают до сих пор.

Приведенные выше примеры позволяют сделать вывод о том, что основными характеристиками англоязычного медийного текста являются наличие новых лексических единиц, широкое использование разговорной лексики, выраженная эмоциональная окрашенность лексического компонента, а также лаконичность и доступная форма изложения информации. Языковые особенности англоязычных СМИ обуславливаются их функциональным назначением – подачей материала в наиболее интригующем виде с целью максимального увеличения количества читателей. Тот факт, что буквально за 5–7 лет в лексике английского языка появилось большое количество новых слов, свидетельствует о способности языка стремительно реагировать на изменения во всех сферах человеческой жизни и наиболее ярко отражать происходящие социальные, политические и научно-технические трансформации, происходящие в современном обществе.

Т. Н. Руденко

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕЧЕВОЙ МАСКИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛИДЕРА-БОРЦА ЗА МИР И СПРАВЕДЛИВОСТЬ

Государственный лидер при помощи публичного выступления целенаправленно создает свой образ, именуемый далее *речевой маской*, и способствующий достижению поставленных целей. Речевая маска дает государственному лидеру как возможность выразить положительные или отрицательные оценки и эмоции, так и позволяет сформировать определенное отношение аудитории к ситуации. Очевидно, что для аудитории, как части современного общества, страдающего от терроризма, насилия и всякого рода несправедливости, ожидания мира и справедливости являются оптимистическими. Следовательно, речевая маска борца за мир и справедливость наделяет личность государственного лидера дополнительными ценностями.

Ярким примером использования речевой маски государственного лидера-борца за мир и справедливость, тщательно подготовленной с учетом всех известных оратору параметров предстоящего выступления, является, на наш взгляд, выступление Дональда Трампа на 72-й Генассамблее ООН в Нью-Йорке 19 сентября 2017 г., когда он впервые в статусе президента произнес программную речь, изложив свой взгляд на внешнюю политику на основе националистического принципа «Америка в первую очередь», и обратившись к другим странам с призывом поддерживать международное сотрудничество.

Поставив борьбу с терроризмом на вершину стратегических приоритетов, Дональд Трамп стремится к склонению мнения аудитории к принятию мировым сообществом экономической и военной помощи США, применяя базовый способ речевого манипулирования – реализуя такую культурную константу, как семиотическая оппозиция «свой/чужие» с опорой на аналогию с планом Маршалла: *The Marshall Plan was built on the noble idea that the whole world is safer when nations are strong, independent, and free. As president,*

Truman said in his message to Congress at that time, our support of European recovery is in full accord with our support of the United Nations. Вышеупомянутая семиотическая оппозиция традиционно отражает архетипное видение картины мира в сознании представителя лингвокультурного коллектива, в таком видении присутствует четкое аксиологическое противопоставление, поэтому может создаваться впечатление приближающейся экспликации переоценки своего и недооценки чужого, и, как следствие, приближающегося речевого конфликта между оратором и аудиторией, но Дональд Трамп предпринимает попытку совместить и согласовать свое и чужое, переключившись на тезис о необходимости уважать суверенитет других государств, входящих в ООН: *Our success depends on a coalition of strong and independent nations that embrace their sovereignty, to promote security, prosperity, and peace, for themselves and for the world.*

Использование приема сравнения для выдвижения американского образа жизни в качестве яркого примера для всеобщего подражания позволяет Дональду Трампу сфокусировать внимание на том, что американцы не навязывают другим свой образ жизни, и является средством манипулирования мнением аудитории, отлично осведомленной о проводимой США политике глобального господства: *In America, we do not seek to impose our way of life on anyone, but rather to let it shine as an example for everyone to watch.*

Приверженность идее мирового порядка, выстроенного на суверенности, безопасности и процветании также озвучена в следующем, посвященном исключительности американской конституции тезисе, содержащем восходящую градацию и повторы: *This timeless document has been the foundation of peace, prosperity, and freedom for the Americans and for countless millions around the globe whose own countries have found inspiration in its respect for human nature, human dignity, and the rule of law. The greatest in the United States Constitution is its first three beautiful words. They are "We the people." Generations of Americans have sacrificed to maintain the promise of those words, the promise of our country and of our great history.*

Вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что основой лингвистической реализации речевой маски Дональда Трампа служат средства эмоционального призыва, направленные на привлечение и удержание внимания аудитории – лексические, грамматические и стилистические маркеры, позволяющие создать яркий запоминающийся образ и сильнее всего воздействующие на публику.

Круглый стол «ОТ ГРАЖДАНИНА СТРАНЫ К ГРАЖДАНИНУ МИРА»

В. Г. Литвинович

ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ В РЕАЛИЗАЦИИ ИДЕЙ КУЛЬТУРЫ МИРА В УНИВЕРСИТЕТСКОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Наиболее актуальными в настоящее время становятся требования к личным качествам студента – умению самостоятельно пополнять и обновлять знания, вести поиск необходимых учебных материалов; повышается роль самостоятельной работы студентов над учебным материалом, усиливается ответственность преподавателя за развитие навыков самостоятельной работы, за стимулирование профессионального роста студентов, воспитание их творческой активности и инициативы.

В связи с этим самостоятельная работа студентов является важной и неотъемлемой частью учебного процесса.

В целом становление гражданских компетенций личности студента должно быть неразрывно связано с формированием у нее ценностных ориентиров, определяющих также гражданское самосознание и в духе идей культуры мира.

Одним из возможных путей решения этой проблемы непосредственно в университетской образовательной среде, на наш взгляд, является реализация субъектной позиции студента к подготовке специалистов на основе внедрения в образовательный процесс идей культуры мира. Для разрешения этой актуальной проблемы и необходима разработка учебно-методического обеспечения формирования гражданских компетенций у студентов МГЛУ в образовательном процессе.

Сегодня как никогда актуальна проблема формирования готовности к межкультурной коммуникации в духе идей культуры мира у студентов вузов. Уже в настоящее время наблюдается тенденция к установлению связей между различными регионами земного шара на основе международного разделения труда, что неминуемо ведет к развитию международной коммуникации, культурному и информационному обмену, усилению взаимодействия и взаимовлияния народов, стран, цивилизаций в самых различных сферах социальной жизни, в том числе и образовательной.

Педагогическое сопровождение включает в себя педагогическую поддержку как особую сферу деятельности педагога вуза, ориентированную на взаимодействие со студентом при оказании ему конкретной помощи в личностном росте, социальной адаптации, альтернативном выборе способов поведения, самоутверждении в ходе самостоятельной работы.

Под педагогическим сопровождением при выполнении студентом самостоятельной работы мы понимаем многовариантный педагогический

процесс, обеспечиваемый комплексом условий, направленных на воспитание студента в духе культуры мира и формирование у него готовности к самореализации в миротворческой деятельности.

Так, при чтении спецкурса «Культура мира и педагогика» для студентов 2 курса студентам предлагается перечень творческих заданий, которые могут быть оформлены в виде портфолио «Культура мира»: реферат по проблеме культуры мира; эссе («Мир глазами молодых», «Беларусь на карте мира», «Я-гражданин мира», «Война и мир в эпоху глобализации», «Толерантность в моей жизни» и др.); интернет-обзор сайтов по культуре мира, толерантности, межкультурной коммуникации; создание эмблемы культуры мира; цитаты известных педагогов, психологов, философов, писателей о культуре мира; культура мира в компьютерной графике; разработка одной из форм работы по воспитанию в духе культуры мира; аннотация на 2-3 публикации в СМИ по проблемам культуры мира; индивидуальные творческие работы (фото, рисунки, стихи, поделки, слайды, видеоролики и т.д.); глоссарий (краткий словарь) основных понятий по культуре мира; рефлексия (анализ и описание того, что изменилось в моем представлении о проблеме культуры мира).

Работа с творческими заданиями занимает особое место в системе высшего образования, позволяя студенту приобретать знания, которые не достигаются при традиционных методах обучения. Это становится возможным вследствие того, что студенты сами делают свой выбор и проявляют инициативу.

С этой точки зрения хорошая самостоятельная работа в той или иной форме должна: 1) иметь практическую ценность; 2) предполагать проведение студентами самостоятельных исследований; 3) быть в одинаковой мере непредсказуемой как в процессе работы, так и при ее завершении; 4) быть гибкой в направлении и скорости ее выполнения; 5) предполагать возможность решения актуальных проблем; 6) давать студенту возможность учиться в соответствии с его способностями; 7) содействовать проявлению способностей студента при решении задач более широкого спектра; 8) способствовать налаживанию взаимодействия между студентами.

Это становится возможным потому, что студенты сами делают свой выбор и проявляют инициативу. Выбор тематики самостоятельной работы в разных ситуациях может быть различным. В одних случаях эта тематика может формулироваться преподавателем в рамках программы курса. В других – тематика может предлагаться и самими студентами.

Педагогическая ценность самостоятельной работы заключается в обеспечении активной познавательной деятельности каждого студента, ее максимальной индивидуализации с учетом психофизиологических особенностей и академической успеваемости студентов, преследуя при этом (и это главное) цель: максимально содействовать развитию индивидуальности по проблеме миротворческого воспитания.

Необходимо в первую очередь развить мотив их самостоятельной деятельности, чтобы самостоятельная работа появилась не под влиянием давления, а в результате их внутреннего побуждения. Внутренний мотив рождается, если у человека вызван интерес или потребность в чем-либо.

При организации работы преподаватель направляет студента в нужное русло, т.е. создает такие условия, при которых студент понимает, какие знания и зачем ему нужны, как их можно приобрести, чтобы активным и самостоятельным трудом, избирая по совету преподавателя более короткий и эффективный путь, добиться своей цели в контексте идей культуры мира.

Трудности, с которыми сталкиваются студенты на лекционных и семинарских занятиях, во время практики, разнообразной миротворческой деятельности при осмыслении глобальных проблем современности и ценностей культуры мира используются нами в качестве предмета специального анализа заданий (эссе, рефератов, творческих работ) во время индивидуальной работы с ними.

В структуре подготовки будущего учителя-воспитателя существует определенная этапность воспитания студентов в духе культуры мира. В соответствии с его продвижением по курсам базового педагогического образования предусматривается постоянная и систематическая поддержка и сопровождение в ходе самостоятельной работы.

Следовательно, самостоятельная деятельность студентов предполагает:

- выстраивание системы индивидуальных ценностных ориентаций учащейся молодежи, содержательную и хронологическую проработку планов по их достижению в контексте идей культуры мира;
- помощь в ценностно-смысловом, когнитивном и операциональном самоопределении студентов как миротворцев-коммуникаторов в определении адекватной линии и реализации личных планов;
- превентивную и оперативную поддержку их самостоятельной деятельности, направленную на предупреждение индивидуальных и групповых затруднений, стимулирование включения в социально значимую деятельность.

Для этого используются консультирование, информирование, организация социальных проб. Педагогическая поддержка осуществляется в процессе педагогического взаимодействия преподавателя и студента, педагога-воспитателя и студента, студента и студента с целью решения поставленных воспитательных задач.

В ходе самостоятельной работы студенту следует выйти на следующий результат: осознавать себя как субъект культуры мира; адекватно оценивать значимость идей культуры мира в образовании и воспитании; внедрять идеи культуру мира в практику обучения и воспитания в своей будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

<i>Богова М. Г.</i> Неологизмы: Do Pancake People Need a Digital Detox?.....	3
<i>Вербова О.</i> Корреляция компонентного состава дефиниций и типов знаний, репрезентируемых в них (на материале наименований растений в современном английском языке).....	6
<i>Корбачёва Т. В.</i> Вторичное употребление наименований конститuentов темпоральных циклов (на материале русского и испанского языков).....	8
<i>Кузьменко Н. В.</i> Многозначные меронимы в системе имен существительных современного английского языка.....	10
<i>Курило Н. А.</i> Аббревиация и ее роль в создании названий брендов (на материале английского языка)	12
<i>Никитенкова К. Г.</i> Парадигматические отношения в системе адъективных конструкций с ВПК (на материале немецкого языка)	13
<i>Проволоцкая М. А.</i> К вопросу о семантической мотивировке наименований цвета в древнеанглийском языке.....	16
<i>Прокофьева Е. В., Цена Т. В.</i> Структурно-семантический и когнитивный аспекты фразеологических единиц английского и немецкого языков, содержащих в своем составе компонент-числительное	18
<i>Соловьева Р. В.</i> Роль повтора в политическом дискурсе (на материале соискательской речи Аннегрет Крамп-Карренбауэр перед делегатами съезда партии ХДС)	20
<i>Тур В. В.</i> О принципах определения границ лексических значений	23
<i>Харитончик З. А.</i> Семантические модели и их экспликация во внутренней форме и значении лексических единиц	24
<i>Харитончик З. А., Шибeko Е.</i> Особенности семантических описаний в разноязычных лексикографических традициях.....	26
<i>Шуранова Е. Э.</i> К вопросу о сочетаемости предметно-признаковых имен существительных в немецком и русском языках.....	27
<i>Щербакова А. А.</i> Омонимия и полисемия в терминосистемах (на материале терминосистем архитектуры, биологии, лингвистики).....	28

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО И СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

<i>Абреу-Фамлюк В. Р.</i> Функциональный потенциал интерпретирующих речевых актов в научном диалоге	30
<i>Витченко Л. В.</i> Семантико-прагматические характеристики директивов, включающих ментальные предикаты	32
<i>Гурская А. О.</i> К проблеме многозначности предлогов.....	35
<i>Ермолович О. В.</i> Виды формально-семантической связности реплик в диалогических единствах с частичной прагматической связностью	37
<i>Жарикова И. Н.</i> К проблеме определения границ предлогов как класса слов	38
<i>Жигалко Е. В.</i> Функции самооценочных высказываний в конфликтном диалоге....	39

<i>Задворная Е. Г.</i> Некооперативные кооперативные стратегии	42
<i>Задворная Е. Г., Ксендзова Е. В.</i> Коннотативный потенциал наименований одежды	44
<i>Задворная Е. Г., Хонарджу А.</i> Функции невербальных компонентов коммуникации окулесического типа в мужском и женском коммуникативном поведении	46
<i>Котик Т. С.</i> Дейктики <i>hin</i> и <i>her</i> как словообразовательные элементы	48
<i>Кузьмина В. В.</i> Тактика запрета коммуникативной инициативы в обыденно-разговорном диалоге	49
<i>Лебедев Р. В.</i> Развернутый вербальный хезитатив в публицистическом диалоге	51
<i>Лещёва Л. М., Сорочкина И. Е.</i> Англицизмы в компьютерной терминологии русского языка и их итальянские корреляты	53
<i>Лю Пэн.</i> Частотные характеристики языковых средств ориентации в пространстве (на материале китайского, русского и английского языков)	56
<i>Прокофьева Е. В., Гилевич А. С.</i> Наименования профессий в составе фразеологизмов английского и немецкого языков	58
<i>Сытько А. В.</i> Семантические критерии дифференциации модальных значений	61
<i>Толкачева О. В.</i> О корреляции между частотностью употребления и дистрибутивными показателями дирекциональных предлогов	64
<i>Толкачева Ю. А.</i> Источники вербальных интернет-мемов	65
<i>Цуна А. И.</i> Структурные разновидности четырехкомпонентных диалогических единств в русском разговорном дискурсе	68
<i>Чжан Аньци.</i> Русский и китайский интернет-сленг: источники материала	70
<i>Чэнь Тин.</i> Сочетаемость английского существительного <i>stone</i> ‘камень’	72
<i>Юй Вэй.</i> Структурные особенности экономических терминов в китайском и русском языках	75

ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

<i>Баркович А. А., Астапкина Е. С.</i> Дискурсивная специфика моделирования речи: потенциал синтетического подхода	79
<i>Баркович А. А., Тукин А.</i> Моделирование коммуникационной личности социальных сетей	81
<i>Бусел Т. В.</i> Использование систем класса «Translation memory» в переводческой деятельности	82
<i>Василевская В. А., Марковская Е. В.</i> Интерактивные презентации в обучении иностранным языкам	85
<i>Василенко Е. С., Ильина Е. И., Шалимо Н. В.</i> Информационные технологии в образовании (по итогам работы II Международной специализированной научно-технической выставки-форума ITE-2018)	87
<i>Детскина Р. В.</i> Лексико-семантическая специфика текстов немецкоязычных кинокритиков	89
<i>Жданович А. Е.</i> Подходы к переводу идиоматических выражений	91
<i>Зубов А. В., Филимонова Т. А.</i> Создание алфавитно-частотного словаря по стихотворениям С. Есенина	92

<i>Зубов А. В.</i> Место общеупотребительной лексики в структуре двуязычного терминологического словаря	93
<i>Зыгмантович Н. В.</i> Автоматическое создание обратного словаря текста	95
<i>Макоўскі А. А.</i> «Літасць» у канцэптасферы англійскай і беларускай культур.....	96
<i>Руцкая В. Ф.</i> Типологические и лингвокультурологические особенности фразеологизмов с числовым компонентом.....	99
<i>Скрябина А. В.</i> Структурная организация англоязычных газетных аналитических статей	101
<i>Степанова Д. В.</i> Использование конкордансов для решения лингвистических задач	104
<i>Шалимо Н. В., Василенко Е. С., Ильина Е. И.</i> Проблемы преподавания информационных технологий в МГЛУ	106
<i>Швец Н. Г.</i> Формальное представление основного содержания текста.....	108
<i>Shevel A., Eckhart R.</i> The Possibilities of Online Informal Learning of English for Digital Natives	110

КОНТРАСТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕРМАНСКИХ И СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

<i>Артемова О. А.</i> Дейксис и коммуникативные неудачи	114
<i>Баханович А. С.</i> Прием гиперболизации как способ создания иронической образности в разноструктурных языках	116
<i>Графутко О. О.</i> Средства передачи эмоций второго лица в художественном дискурсе	119
<i>Гребень Т. Н.</i> Контактостанавливающие парентетические конструкции в медиадискурсе на белорусском и английском языках	123
<i>Денисова Е. В.</i> Особенности вербализации речевого жанра «комплимент» на английском и русском языках	125
<i>Егоров Н. В.</i> Взаимодействие категорий стратегичности и оценочности в научно-популярном дискурсе на разноструктурных языках	128
<i>Заборонок Н. Л.</i> Особенности ассимиляции немецкой лексики в английском языке.....	131
<i>Иванов А. Э.</i> Коммуникативно-прагматическая организация речевого жанра «утешение» в кинодискурсе	134
<i>Изотова О. В.</i> Реализация оппозиции «мужской – женский» в языковой картине мира белорусов и голландцев (на материале пословиц).....	137
<i>Карпилович Т. П.</i> Акцентуаторы содержательно-концептуальной информации в медиадискурсе	138
<i>Клишевич С. А.</i> Присоединительные конструкции в англоязычном медиадискурсе и особенности их передачи на русский язык.....	141
<i>Лешкевич И. В.</i> Экспликация смысла в структуре аналитических медиажанров...	144
<i>Маркова А. И.</i> Этнолингвистические особенности вербализации приемов воздействия при переводе рекламных текстов.....	146
<i>Павлоцкая И. В.</i> Лингвострановедческий компонент в обучении английскому языку на 1 курсе переводческого факультета.....	148

<i>Соколовская М. В.</i> Суперструктура аналитической статьи культурно-исторической тематики	150
<i>Суркова М. А.</i> Мадэлі рэгулярнай полісеміі і метафарызацыі прыметнікаў-каляронімаў у складзе калакацыі у англійскай і беларускай мовах	153
<i>Сысоева Т. А.</i> Актуализация категории автора в печатном медиатексте.....	156
<i>Тригубова Д. Л.</i> Лексико-синтаксические характеристики логлайна как типа аннотации к кинофильму.....	159
<i>Тригубович А. О.</i> Культурно-специфическая лексика в англоязычном художественном дискурсе в аспекте перевода.....	162
<i>Чалагаева В. В.</i> Синтактико-стилистические средства создания тональности новостного дискурса на английском и русском языках.....	163
<i>Шаргаева Д. Ю.</i> Реализация стратегии привлечения внимания в развлекательно-дидактическом дискурсе на английском и белорусском языках	165
<i>Щепачёва Т. Ю.</i> Специфика выражения сочувствия в письмах-соболезнованиях в англо- и русскоязычных лингвокультурах.....	167

Круглый стол «ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЛЕКСИКИ»

<i>Бондарчук Л. Г., Рожнова К.</i> Лингвистические и маркетинговые характеристики кинореценции.....	171
<i>Гапанович Е. А.</i> Ценностное содержание французских реалий-неологизмов	174
<i>Грачева Л. А.</i> Фразеологизмы с компонентом-числительным ‘три /trois’: лингвокультурологический аспект	176
<i>Дудина А. М., Можейко Т. А.</i> Семантика и прагматика лексемы <i>chose</i> во французском языке IX–XIII и XX–XXI вв.	178
<i>Токаревич Н. М.</i> Статус прозвищного наименования	181
<i>Тупик Д. И.</i> Лексико-стилистические особенности специальных детских изданий национальной французской прессы (на материале еженедельника <i>Ле Пти Либе</i>)	183
<i>Чельцова Т. Н., Бруева Т. В.</i> Сопоставительный анализ зооморфизмов (на материале французского и русского языков)	186
<i>Шабашева Л. А.</i> О суггестивности текстов Ги де Мопассана	189

Круглый стол «АСПЕКТЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ЯЗЫКА»

<i>Бекреева Ю. В.</i> Моделирование импликациональной части глагольного значения.....	192
<i>Волковинская Н. А.</i> Принципы систематизации семантической области «Bakery items»	194
<i>Дроздов М. В.</i> Модель эпизода общения «информационная статья»	196
<i>Зинина О. А.</i> К вопросу о словарных реалиях	199

<i>Клименко А. П.</i> Пути поиска значения слова в психолингвистическом эксперименте.....	200
<i>Комаристова И. И.</i> Прецедентные феномены и онимы как отражение культуры.....	203
<i>Копачева Н. А.</i> Свойство словопорядка в линейной структуре английских многокомпонентных словосочетаний.....	204
<i>Кротюк Е. В.</i> Представления о толерантности в русскоязычной картине мира	207
<i>Курилович О. Ф.</i> Проблема анализа соотношения мысли и слова.....	209
<i>Лойша М. М.</i> Нарративная стратегия в политическом дискурсе.....	210
<i>Окаева А. Б.</i> Язык СМИ как отражение основных социальных и политических трансформаций современного общества	211
<i>Руденко Т. Н.</i> Языковые средства конструирования речевой маски государственного лидера-борца за мир и справедливость	214

Круглый стол «ОТ ГРАЖДАНИНА СТРАНЫ К ГРАЖДАНИНУ МИРА»

<i>Литвинович В. Г.</i> Организация самостоятельной работы студентов в реализации идей культуры мира в университетском образовательном пространстве	216
---	-----

Научное издание

**МАТЕРИАЛЫ ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И АСПИРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

18–19 апреля 2019 года

В пяти частях

Часть третья

Редактор *В. М. Василевская*

Ответственный за выпуск *Л. А. Тарасевич*

Подписано в печать 27.11.2019. Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография, цифровая печать. Усл. печ. л. 13,02. Уч.-изд. л. 14,73. Тираж 100 экз. Заказ 57.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499. ЛП № 02330/458 от 23.01.2014 г. Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.