

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
Минский государственный лингвистический университет

**МАТЕРИАЛЫ  
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

18–19 апреля 2019 года

В четырех частях

Часть четвертая

Минск МГЛУ  
2019

УДК 800  
ББК 81.2  
М34

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

М34 **Материалы** ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета, 18–19 апр. 2019 г. : в 4 ч. Ч. 4 / отв. ред. Н. П. Баранова. – Минск : МГЛУ, 2019. – 268 с.  
ISBN 978-985-460-930-0 (Ч. 4).  
ISBN 978-985-460-918-8.

Четвертая часть издания содержит материалы выступлений участников шести секций конференции – «Лексическая семантика», «Культурология», «Зарубежная литература», «Проблемы прикладной лингвистики», «Язык и культура», «Актуальные вопросы востоковедения», а также круглых столов «Теория и практика PR-деятельности», «От гражданина страны к гражданину мира», «Проблемы современного образования: взгляд молодого исследователя».

УДК 800  
ББК 81.2

ISBN 978-985-460-930-0 (Ч. 4)  
ISBN 978-985-460-918-8

© УО «Минский государственный лингвистический университет», 2019

## ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

Д. Адзерихо

### НАЗВАНИЯ МЛЕКОПИТАЮЩИХ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ: ОНОМАСИОЛОГИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ СОПОСТАВЛЕНИЯ

Современный этап развития лингвистики характеризуется повышенным вниманием к проблемам лексической семантики, среди них – выражение национальных отличий в языках. Вопросы сопоставительного изучения лексического уровня родственных и неродственных языков вызывают особый интерес, так как именно в лексике наиболее ярко отображена специфика национальных языковых систем.

Ономасиология – теория номинации, т.е. присвоение языковых наименований различным реалиям действительности и фактам сознания – не ограничена тем или иным уровнем языковой системы и оперирует данными разных уровней языка

Проанализировав разноязычные соотношения как по способу, так и по источнику номинации, мы выделили среди них соответствия с корнями идентичного значения и с корнями разного значения.

К первой группе относятся, например: рус. *носорог* – нем. *das Nashorn*, *муравьед* – *der Ameisenbär*, *опешниковая соня* – *die Haselmaus*, *полосатая травяная мышь* – *die Streifengrasmaus*.

В соответствиях с корнями разного значения ярко отображается национальное видение некоторых денотатов. Таким образом, в основу положены те или иные особенности животных. Само слово *медведь* в русском языке значит ‘поедающий мёд’, соответственно, образовано по поведенческим признакам. В немецком языке слово *der Bär* восходит корнями к цвету животного *braun*, что в переводе означает ‘коричневый’.

По внутренней форме выявлены как общие, так и отличительные особенности слов-соответствий русского и немецкого языков. Основными признаками при назывании единиц ЛСГ «Названия животных» являются: ‘внешность’ (окраска, морфологические особенности, размер, сходство с другими животными), ‘поведенческие признаки’ (образ жизни, особенности пищи, время активности, поведение), ‘местообитание’. Например, по внешнему признаку: *дикобраз* – *das Stachelschwein*, *носуха* – *der Nasenbär*, *носорог* – *das Nashorn*, *броненосец* – *das Gürteltier*. По поведенческим признакам: *свистун* – *der Pfeiffrosch*, *белка-летяга* – *das Flughörnchen*. По месту обитания: *песчанка* – *die Wüstenrennmaus*, *полевка* – *die Feldmaus*, *амурский тигр* – *der Amurtiger*.

Случаи совпадения мотивировочных признаков свидетельствуют о том, что названия образованы на основе одних и тех же особенностей определенного животного.

Д. Анисковец

## МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В СПОРТИВНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Спортивный дискурс – это особый вид передачи информации, через который отображаются не только спортивные события, но и идеологические картины мира, а также когнитивные представления разных народов о спорте. Важным элементом спортивного дискурса являются метафорически насыщенные медиатексты. Именно их подготовке средства массовой информации уделяют большое внимание, так как через них СМИ могут навязать целевой аудитории определенные оценки и смыслы.

Мы рассмотрели основные метафорические модели в спортивном дискурсе в материалах популярного Интернет-портала EUROSPORT. В результате анализа было выявлено шесть основных специфических метафорических моделей.

1. СПОРТ – ЭТО ВОЙНА: *В общих чертах дело заключалось в том, чтобы наилучшим образом сбалансировать оборону и атаку», – рассказал нападающий Виталий Хмельницкий; Рональдо выиграет войну в одиночку, а Месси для этого понадобятся все его товарищи; Овечкин в рекордный восьмой раз стал лучшим снайпером регулярного чемпионата.*

2. СПОРТ – ЭТО МЕХАНИЗМ: *Мне по игровому духу гораздо ближе были привычные методы игры, и мне трудно было поверить, что они тормозят игру; Германия вырвала победу у Голландии, но провалила второй тайм. Лёв пока не построил новую машину.*

3. СПОРТ – ЭТО ВЛАСТЬ: *У Мартена Фуркада – семь сезонов господства без перерыва; На освободившийся трон присел Йоханнес Бё, при сносной стрельбе норвежца невозможно остановить.*

4. СПОРТ – ЭТО ИСКУССТВО: *«Сантьяго Бернабеу» стал прекрасной ареной для демонстрации футбольного спектакля»; Сценарий финала ЧМ-2018 потряс весь мир.*

5. СПОРТ – ЭТО СТРОИТЕЛЬСТВО: *Дидье Дешаму удалось построить мощную команду; «Коламбус» открыл себе дверь в плей-офф, «Оттава» – нет.*

6. СПОРТ – ЭТО ЖИВОТНЫЙ МИР: *«Нэшвилл» забросил «Питтсбург» почти от синей линии и прервал победную серию «пингвинов»; Зверская ошибка Доннаруммы, который привез гол уже на 33-й секунде; «Лестер» разгромил на выезде «Хаддерсфилд» со счетом 4:1, а форвард «лис» Джейми Варди оформил дубль.*

Проведенное исследование показывает, что метафора позволяет превратить любой спортивный текст в сообщение, которое способно привлечь внимание целевой аудитории и воздействовать на нее.

**Н. Бернацкая**

## НЕОЛОГИЗМЫ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Сфера информационных технологий (ИТ) – одна из наиболее динамичных и активно развивающихся областей современной жизни. В силу того, что язык является адаптивной системой, исследовательский интерес представляет сопоставительный анализ новых лексических единиц в сфере ИТ, появившихся в английском и русском языках за последние 6 лет.

Результаты анализа неологизмов в английском языке (162 ЛЕ) свидетельствуют об абсолютном преобладании в исследуемом материале существительных (72,8 %): *infobesity, glanceability, clicktivism*. Прилагательные составили 6 %: *bingeable, clickbaity, hashtag-friendly*. Тенденцию к преобладанию среди неологизмов существительных показал и анализ материала в русском языке – 73 %: *аватарка, лайчка, оффлайн, мем*. Глаголы составили 8 %: *анимировать, лайкнуть, запостить, жжот*; 2 % – междометия: *плиз, мда, вау, сорри*.

Для создания новых лексических единиц в анализируемой сфере русскому языку свойственно использование иноязычных морфем в сочетании с исконно русскими морфемами, что приводит к образованию «слов-гибридов»: *перепост, лайкать, постить, анимировать, аватарка* и др. Английский язык использует свой языковой материал для образования новых слов в этой области: *Facecrook, twintern, narcissstick, phubbing, bingeable, clickbaity* и др.

Что касается лексико-семантической специфики исследуемых неологизмов, то наиболее многочисленными по составу в английском языке оказались ЛСГ «Социальные сети» (27 % – *twintern, shelfie*), «Информация, средства ее передачи и защиты» (25 % – *disconnectionist, digital hangover*), «Мобильные устройства» (14 % – *to text walk, to purse dial*), «Техническое обеспечение» (16 % – *Walden zone, technology doping*) и «Программное обеспечение» (14 % – *crime-as-a-service, Stepford app*).

Тенденцию к появлению новых слов в сфере «Социальные сети» показал и анализ исследуемых неологизмов в русском языке (19 %): *запостить, паблик*. Затем следуют неологизмы, связанные с процессом передачи информации, ее хранения и защиты (15 %): *подкаст, инфографика*. Наименее многочисленными оказались ЛСГ «Мобильные устройства» (*плагин, виджет*) и «Техническое обеспечение» (*ноут, роутер*). В отличие от английского языка, в группе исследуемых неологизмов русского языка можно выделить специфическую ЛСГ «Оценка» – 24 слова (13 %): *ржаса, жжот*.

Таким образом, в ходе сопоставительного анализа неологизмов в сфере ИТ в английском и русском языках была выявлена частеречная, словообразовательная и лексико-семантическая специфика исследуемых лексических единиц, обусловленная как экстралингвистическими факторами, так и типологической спецификой сопоставляемых языков.

**Я. Бобоед**

## К ВОПРОСУ О МОДИФИКАЦИЯХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ПИАР-ДИСКУРСЕ

Современный человек ежедневно сталкивается с разнообразной информацией, что в итоге меняет отношение к тем или иным явлениям. При этом важную роль играет то, как функционирует языковая система в том или ином дискурсе: общественный деятель, применяя широкий арсенал языковых средств, способен убедить людей в правильности определенной позиции. Актуальность выбранной темы обусловлена интересом современного языкознания к исследованию дискурса, а также необходимостью изучения функционирования фразеологических единиц в PR-дискурсе. Объектом исследования послужили немецкоязычные тексты в русле PR-дискурса, предметом – фразеологизмы немецкого языка и специфика их использования в немецкоязычном пиар-дискурсе.

Из проанализированных 70 текстов PR-дискурса были отобраны 100 фразеологических единиц (ФЕ) четырех типов по семантической классификации В. В. Виноградова. Доминирующими в корпусе фактов оказались фразеологические единства – более 50 % из отобранных ФЕ (51 %), напр.: *ins Blaue schießen* ‘действовать наобум’. Далее по убывающей следуют сращения (20 %), напр.: *etw. an den Nagel hängen* ‘отказаться от чего-л.’; сочетания (16 %), напр.: *in Frage kommen* ‘приниматься в расчет’; выражения (13 %), напр.: *der Teufel steckt im Detail* ‘дьявол кроется в деталях’.

Однако особенностью стало то, что многие фразеологизмы были модифицированы, что придало тексту экспрессивность, особую образность, в ряде случаев ироничный оттенок. Модификации фразеологизмов касались прежде всего изменений их компонентного состава, во-первых, с помощью вклинивания какого-либо слова в структуру фразеологизма, что ведет к его расширению и способствует конкретизации значения устойчивого комплекса в соответствии с описываемой ситуацией, напр.: *Sie warfen ein schlechtes Licht auf die Partei*. Исходный вариант ФЕ: *Licht auf jemanden, etwas werfen* ‘пролить свет на что-либо’. Во-вторых, осуществляется замена одного из компонентов в составе фразеологизма, напр.: *in eine Sackgasse manövrieren* вместо *in eine Sackgasse geraten* ‘оказаться в тупике’. Иногда авторы используют только часть фразеологизма, например, исходный фразеологизм *auf die lange Bank schieben* ‘откладывать что-л. в долгий ящик’ автор использует фрагментарно: *von der „langen Bank“ holen*, то есть что-либо достать из этого ‘долгого ящика’.

Анализ показал, что авторские модификации фразеологических единиц способствуют расширению исходного значения фразеологического оборота, в семантику которого включается значительное число смысловых оттенков. Таким образом, экспрессивные возможности фразеологизмов возрастают, усиливается их функционально-стилистическая значимость в конкретном тексте и возрастает степень эмоционального воздействия на читателя.

**Т. Бондарчук**

## ВОЗНИКНОВЕНИЕ КОЛЛОКВИАЛЬНЫХ СЛОВ НА ОСНОВЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ

Целью работы является рассмотрение процесса перехода специальной лексики в класс общеупотребительной. Коллоквиальная лексика, будучи объектом исследования, представляет особый интерес для ее изучения, так как лексика живого языка постоянно подвергается различным изменениям и искажениям. Предметом исследования послужили особенности образования коллоквиальной лексики на базе специальных слов и терминов. В ходе выполнения работы были выделены такие задачи исследования, как описание основных типизированных путей образования коллоквиализмов в современном немецком языке и определение типов взаимосвязи исходных и метафорических значений коллоквиальных слов, образованных на базе специальных слов и терминов. В качестве материала исследования были использованы свыше 100 коллоквиализмов, выявленных методом сплошной выборки на базе словаря „Pons. Großwörterbuch. Deutsch als Fremdsprache“. Критериями выделения материала были наличие обозначений специального понятия, подтверждающегося специальными пометами (*Anat.*, *Biol.*, *Med.*, и т.д.), наличие помет разговорности (*abwertend*, *salopp*, *umg.*), указывающих на употребление в иностранной, не специальной среде.

Было выявлено, что приобретение словом новых значений осуществляется на основе семантического переноса значения одного предмета на другой, при котором происходит смена денотата. Особенно частым оказался способ приобретения словом нового значения на основе метафорических отношений.

В ходе анализа материала было установлено, что наиболее часто метафорический перенос значения осуществляется на основе функционального признака. К другим моделям метафорического переноса значения, можно отнести перенос значения на основе перцептивных признаков, а также сходства местоположения. Однако большую часть анализируемого материала составляет метафорический перенос, на основе коннотативных или потенциальных сем.

Полученные в ходе исследования результаты и фактический материал могут быть использованы в практике преподавания немецкого языка, в стилистике и лексикологии, в целях обучения использованию стилиобразующих элементов разговорной речи, овладение которыми обеспечивает адекватные формы коммуникации в неофициальной сфере общения.

**Г. Бугакова**

## ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЧЕЛОВЕКА, В АВСТРАЛИЙСКОМ ВАРИАНТЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Особенности языка и характерные черты его носителей (менталитет, мировоззрение и мироощущение) отображаются во фразеологизмах, или фразеологических единицах (ФЕ). Важным разделом фразеологического фонда любого языка являются ФЕ, характеризующие человека, поскольку они отражают оценку и обыденные представления носителей языка о психологии личности, а тем самым дают возможность лучше понять лингвокультурологические особенности этноса и его языковую картину мира. Не только отдельные языки, но и варианты одного языка обнаруживают особенности в организации фразеологического состава.

Предметом анализа стали ФЕ, характеризующие человека, в австралийском варианте английского языка. С целью определения корпуса таких фразеологизмов путем сплошного просмотра словаря *Third Language Dictionary* под ред. К. Роув (Kerrin P. Rowe, 2018) были отобраны 356 ФЕ.

Семантический анализ австралийских фразеологизмов, характеризующих человека, позволил определить наиболее типичные свойства человека и выявить следующие наиболее значимые их тематические группы: «Характер», «Эмоциональное состояние», «Интеллект» и «Темперамент».

Самой многочисленной группой исследуемых австралийских фразеологизмов (73 ФЕ, или 35 %) является группа «Характер человека» (*a bad apple* ‘злой, аморальный человек’; *cunning as a dunny rat* ‘очень хитрый’). ФЕ, характеризующие эмоциональное состояние человека, представляют 65 ФЕ, или 31% (*mad as a cut snake* ‘впасть в ярость’). Группа «Интеллект человека» насчитывает 51 ФЕ, или 24 % (*quick as a wombat on a lazy day* ‘недогадливый, пустоголовый’), и 21 ФЕ, или 10 %, характеризует темперамент человека (*barmy as a bandicoot* ‘вспыльчивый, бешеный’).

Следующим этапом нашей работы стал структурно-семантический анализ данных ФЕ, проведенный на основе классификации А. В. Кунина. Результаты показывают, что самыми частотными (123 ФЕ, или 35 %) являются субстантивные номинативные ФЕ (*Fred Nerk* ‘простак, глупец’; *big mouth* ‘болтун’). Возможно, это связано с тем, что оценка человека в австралийских фразеологизмах обычно выражается с помощью референции к прототипическому для языкового коллектива субъекту с неоднословным именованим (*Fred Nerk*) или же к ассоциативно связанному с человеком объекту с характерным признаком, составное название которого интерпретируется как свойство человека (*big mouth*).

Следующим этапом исследования является проведение аналогичного анализа на материале других основных вариантов английского языка и сопоставление полученных результатов.

Е. Будник

## СЕМАНТИКА ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Прилагательные цветообозначения традиционно вызывают исследовательский интерес как специфическая группа признаков слов, характеризующаяся особыми семантическими свойствами в разных языках мира. Цель данного исследования – установление спектра ассоциаций, присущих базовым наименованиям цвета (*red, orange, yellow, green, blue, purple, pink, white, black, grey, brown*) в современном английском языке. Очерченная группа прилагательных цветообозначения представляется оптимальной для проводимого исследования в силу того, что данные единицы не являются производными от других цветов или предметов и характеризуются высокой частотностью употребления в современном английском языке.

В этой категории признаков слов нас интересуют признаки импликационала – компоненты, сопряженные с ядерными признаками изучаемых единиц и актуализируемые во вторичных номинациях данных слов и в их контекстуальном употреблении. С целью выявления имплицитных компонентов значений исследуемых прилагательных мы обратились к анализу их контекстуальных употреблений в Британском национальном корпусе текстов. Полученный массив данных размером в 880 словоупотреблений исследуемых номинаций свидетельствует о том, что наиболее широкий спектр имплицитных характеристик имеется у прилагательного *black* ‘черный’. Лексическая единица *black* сочетается с такими словами, как *market* ‘рынок’ и *economy* ‘экономика’, выражая нелегальность; в сочетании с *day* говорит о мрачности и печали; во вторичных номинациях *black magic* ‘черная магия’ и *black death* ‘черная смерть’ выражает опасность и смертоносность. У большинства прилагательных, в среднем, около четырех имплицитных характеристик. У других цветообозначений спектр периферийных значений не так широк: прилагательное *yellow* ‘желтый’ используется в сочетании с *warning* ‘предупреждение’ или *alert* ‘тревога’ для выражения опасности, а *yellow novel* ‘желтый роман’ выражает низкое качество художественного произведения. Немногочисленны они и у *purple* ‘фиолетовый’. Так, *purple prose* ‘фиолетовая проза’ обозначает вычурную, замысловатую прозу; а использование прилагательного *orange* ‘оранжевый’ для обозначения характеристик иных, нежели собственно физический цвет, вообще не было выявлено.

Таким образом, проведенное исследование указывает на то, что для абсолютного большинства базовых прилагательных цветообозначения в современном английском языке характерно наличие не только ядерных компонентов значения, которые обозначают цвет как физическую характеристику объекта, но и целый спектр периферийных, имплицитных компонентов, используемых носителями английского языка для наименования других свойств предметов и явлений.

## И. Войтеховский

### РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ГОРОД» В РУССКОЙ И АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Концепт – это единица сознания (единица мышления и хранения информации в сознании), которая представляет культурно-национальную ментальность его носителей. В языке концепт воплощают свободные и устойчивые словосочетания, что проявляется во фразеологизмах, пословицах, поговорках и художественных текстах.

Выделяют различные типы концептов: по степени конкретности/абстрактности содержания, по выраженности/невыраженности в языке, по степени устойчивости, по способу языкового выражения и т.д. В структуру концепта входит ядро (лексемы, представляющие ядро национального сознания) и периферия (ближняя, дальняя и крайняя периферия – индивидуальное сознание).

При анализе концепта «город» в русском и английском языках мы придерживались научного подхода, который рассматривает концепт как первичный смысл, или протосмысл, вещей и явлений, встречаемых в жизни человека. На основе этого мы выявили ядро концепта в обоих языках путем рассмотрения лексем *town, downtown, city, village* в английском языке и *город* и *деревня* в русском.

На основе анализа этимологических, толковых, ассоциативных и энциклопедических словарей, словарей синонимов можно сделать вывод, что денотативно-сигнификативный центр понятий *town* и *city* включает в себя несколько компонентов: это город как населенный пункт, как деловой центр, как общность людей, проживающих в этом месте, и как определенная описываемая ситуация. В свою очередь, *город* в русском языке – это и крупный населенный пункт, и его жители, и стены, которые окружают поселение, это культурный центр и даже квадрат, из которого выбивают городки (в некоторых подвижных играх). Именно это и есть ядро концепта «город» в русском языке. Он включает в себя также несколько основных компонентов, как и в английском языке: это город как населенный пункт, как деловой и административный центр, как общность людей, проживающих в этом месте.

Исследование показало, что данный концепт схож в английском и русском языках (одинаковое концептуальное происхождение – «изгородь», «ограждение»), однако в английском языке он имеет больше оттенков из-за деления на ‘*city*’ и ‘*town*’, что отсылает к историческому прошлому Англии. Также в английском языке существует вектор ‘*a village*’ – ‘*a town*’ – ‘*a city*’, как и в русском – ‘деревня’ – ‘город’, основанный на принципе роста урбанизации; а также противопоставление деревни городу. Однако существуют и различия (например, в религиозном аспекте – в английском языке городом считалось то место, в котором был собор), обусловленные историческими процессами и культурными особенностями данных языков.

## ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СУБСТАНТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Анализ текстов экономической тематики, размещенных в открытом доступе на интернет-версиях изданий “The Guardian”, “The Independent”, “Forbes”, “Financial Times”, “The Economist”, “MarketWatch”, позволил выделить несколько основных групп субстантивной лексики, функционирующей в англоязычном экономическом тексте: 1) общеупотребительная лексика; 2) терминологическая лексика; 3) субстантивированные сокращения; 4) метафорически употребленная субстантивная лексика.

Общеупотребительная лексика используется в текстах разной тематической отнесенности и не имеет функционально-стилистической закреплённости: *Chung Eui-sun took to a Detroit stage last month to reveal the first **product** in Hyundai Motor’s new standalone premium **line** — the latest **signal** of the South Korean carmaker’s **desire** to climb the automotive value chain* (“Financial Times”).

Отличительной чертой экономического текста выступает высокая насыщенность терминами соответствующей тематической области. Как правило, экономические термины представлены именами существительными: *Elsewhere, Harvard International shot up 11p to 44p after the consumer electronics group announced that it had agreed to be bought by Hong Kong’s Geeya Technology in a **deal** worth 45p a **share*** (“Market Report”).

Наличие различных терминологических сокращений повышает уровень плотности когнитивной информации. Аббревиатуры могут быть представлены как в совокупности с их объяснением, так и без них: *Take for instance the demand for a financial transaction tax (**FTT**) to be part of the funding for a deal... US treasury secretary Tim Geithner fears Merkel views an **FTT** as free money when as always, someone pays* (“The Guardian”).

Авторы текстов активно используют метафоры для реализации воздействующей функции. В пространстве экономического текста можно выделить ряд самых частотных сфер-источников субстантивных метафор: война и военные действия, спорт, медицина, чрезвычайные ситуации, погодные явления, музыка и др. Языковым воплощением данных концептуальных переносов выступают выражения, которые можно подвергнуть дальнейшей группировке по разным тематическим подгруппам. К примеру, среди метафор группы «Война и военные действия» выделим: 1. «Участники военного конфликта» – *lieutenant, captain, cadre, top brass, standard bearer, vanguard*; 2. «Оружие» – *weapon, armoury, bullet, bomb, torpedo*; 3. «Цель» – *target, mission*; 4. «Стратегия и тактика» – *strategy, tactics, maneuver*; 5. «Боевые действия» – *attack, counterattack, foray*; 6. «Результат “военных действий” на экономическом поле битвы» – *endgame, conflict, losses*.

Употребление субстантивных лексических единиц выделенных групп способствует решению основных задач экономического дискурса – информированию потенциального адресата и оказанию воздействия на него.

## А. Головки

### ЗООНИМЫ КАК ИНВЕКТИВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Сегодня день такое понятие, как инвектива, получило весьма широкое распространение, став неотъемлемой частью современного общества. Однако такого рода лексические единицы требуют строго ограниченных ситуаций употребления. Поэтому в условиях все большей инвективизации общества весьма актуальным представляется изучение инвективы, как коммуникативного феномена, проявляющегося в агрессии по отношению к участникам и нормам общения через употребление табуированных лексических единиц и узуально-неприемлемых грамматических форм, что позволяет осмыслить природу табуированных средств, определить закономерности их функционирования в речи носителей того или иного языка.

В современном английском языке для инвективного обозначения человека довольно часто используются зоовокативы и зоосравнения, при этом разнообразие классов животных, различные качества которых переносятся на человека, весьма широко.

Как показал анализ зоонимов с инвективным значением, обозначающих названия человека, отобранных из словарей Oxford English Dictionary, Dictionary of Contemporary Slang и Urban Dictionary, в роли инвектив наиболее часто используются слова, называющие домашних животных: *donkey* '(inf.) a stupid or inept person', *horse* '(offensive) an unattractive female'

При этом один зооним зачастую может передавать сразу несколько инвективных коннотаций, например, *dog* имеет два инвективных значения '(inf.) an unpleasant, contemptible, or wicked man' и '(offensive) an unattractive woman', а среди лексико-семантических вариантов *pig* уже три являются инвективами: '(inf.) a greedy, dirty, or unpleasant person', '(offensive) an ugly, repellent girl' и '(inf.) a sexist male, as characterized by feminists. A shortening of the catchphrase 'male chauvinist pig' (MCP)'.

Зоонимы с инвективным значением зачастую отображают внешние недостатки и изъяны человека (*crow* 'an old or ugly woman', *dog* 'an unattractive woman'), интеллектуальное развитие (*goose* 'a foolish person', *fish* 'a person of little emotion or intelligence'), нравственные показатели (*skunk* 'a despicable, contemptible person', *snake* 'a deceitful or treacherous person'), расовые и гендерные признаки (*mare* 'a woman', *seal* 'a Negro').

Инвектива-зооним имеет национальную специфику: то, что в одной культуре представляется в высшей степени оскорбительным, в других вызывает лишь недоумение. Так, например, слово *овца* по отношению к женщине оскорбительно в русскоязычной среде, в то время как у носителя английского языка *sheep* оно не вызовет подобных эмоций.

## А. Голос

### МЕТАФОРА В МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Метафоризация – процесс, пронизывающий все сферы человеческой жизни и сопровождающий развитие общества уже на протяжении столетий. С помощью метафоры люди объясняли события вокруг, приземляли сложные понятия и обогащали язык, а в настоящее время метафора предотвращает переполнение языка.

Медицина является той сферой науки, с которой, как правило, сталкиваются все люди. Поэтому очевидно, что метафора не осталась в стороне и от данной области. Процесс их образования имеет свои правила и схемы. Важная роль отводится признакам подобия, на основе которых и происходит моделирование метафорических переносов. Это может быть подобие по форме. Например, слово *der Kamm*, основное значение которого ‘выступ’, в медицине переводится как ‘гребешок головки ребра’, поскольку выступ на ребре напоминает по форме гребешок. Также метафоризация может происходить на основе схожести функций. Например, *die Kapsel* в обыденной жизни имеет значение ‘коробка’, а в медицине за счет схожести выполняемой функции – хранение определенного содержимого внутри – используется как ‘черепная коробка’.

В некоторых случаях перенос значения осуществляется по месту расположения: *die Kalotte* – головной убор в католицизме и иудаизме (ермолка) – в медицине переводится как ‘темя’.

Также интересным представляется вопрос об источниках метафорического переноса. В отношении медицинской метафоры можно выделить следующие области-доноры: геоморфная и религиозная. Термины из религиозной области-донора касаются в основном области анатомии и остеологии.

Таким образом, на основании проведенного исследования медицинской терминологии можно сделать вывод, что области и пути заимствования метафор совершенно разнообразны и не пересекаются между собой, а это значит, что образование нового термина может быть осуществлено на основе понятия из любой сферы жизни человека. Какой бы сухой не считали научную область, она, соприкасаясь с метафорой, приобретает яркость и образность, становясь ближе и понятнее многим людям.

## Д. Гончарова

### ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКИЕ ПАРАЛЛЕЛИ В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

Устное народное творчество, передаваясь в течение многих столетий из поколения в поколение, отражает исторический опыт народа, его духовный и нравственный облик, особенности национального менталитета. Семан-

тическая структура, функциональные возможности, коммуникативно-прагматические особенности интересны не только на материале одного языка, но и в сопоставительном аспекте, особенно в таких разноструктурных языках, как немецкий и русский.

В результате проведенного сопоставительного исследования были выявлены следующие 4 типа межъязыковых эквивалентов, характерных для данной пары языков:

1) пословицы, которые полностью совпадают как по значению, так и по лексико-грамматической структуре (*Es ist nicht alles Gold, was glänzt* 'Не все то золото, что блестит' или *Wer sucht, der findet* 'Кто ищет, тот найдет');

2) пословицы, которые полностью совпадают по значению и только частично по лексико-грамматической структуре (*Die Zeit heilt alle Wunden* 'Время – лучший целитель'; *Gegen Tod ist kein Krautgewachsen* 'От смерти нет зелья');

3) пословицы, которые совпадают по значению и не совпадают по лексико-грамматической структуре (*Wer wagt, gewinnt* 'Смелость города берет'; *Wer A sagt, muss auch B sagen* 'Назвался груздем – полезай в кузов');

4) пословицы, которые только частично совпадают по значению и не совпадают по лексико-грамматической структуре (*Not macht erfinderisch* 'Нужда делает изобретательным', 'Голь на выдумки хитра').

Наиболее показательным типом паремиологических межъязыковых соответствий оказался третий. Первый тип представлен не так широко. Первые два типа нельзя считать показательными, так как зафиксированные различия обусловлены структурно-грамматическими характеристиками типологически отдаленных языков (немецкого и русского).

Научная значимость выполненной работы заключается в определении типичных паремиологических соответствий для типологически неродственных языков, тенденций структурно-грамматической и семантико-грамматической организации паремий немецкого и русского языков, а также в выявлении национально-культурной специфики в некоторых тематических группах паремий.

## А. Груша

### РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В связи с усилением роли средств массовой информации в жизни любого социума изучение механизма манипуляции общественным мнением при помощи языковых средств приобрело особую значимость.

Исходя из существующих определений политического дискурса, его можно рассматривать как разновидность дискурса, используемого на политической арене с целью завоевания, сохранения или осуществления политической власти, а также коммуникация между политиками, политиками и избирателями, коммуникация посредством СМИ.

К основному назначению политической коммуникации относится борьба за власть. Это парламентские дебаты, речи, политических деятелей, голосование, политические публичные выступления, газетно-публицистические тексты, официальные тексты на политическую тему (постановления, указы), политологические статьи.

Чтобы внушать адресатам определенные «политически правильные» действия и оценки, уметь затронуть нужную струну сознания его адресатов, «потребителей» политического дискурса, используются коммуникативные стратегии, которые являются важной характеристикой поведения языковой личности. Под речевыми стратегиями понимается выбор говорящим определенных коммуникативных действий и языковых средств. Политические деятели используют такие когнитивно-речевые стратегии, как: обобщение, приведение примера, усиление, или тактика «привлечения внимания», уступки, повтор, контраст и многие другие. Нами были проанализированы интервью, данные А. Меркель в период с 2017 по 2019 г. Наиболее часто ею использовалось противопоставление *мы* – группы. Это ход, подчеркивающий положительные и отрицательные оценки людей и их действий, то есть все ситуации, где акцентируется конфликт интересов. Личное местоимение *мы* указывает на то, с какой группой ассоциирует себя Ангела Меркель, в некоторых случаях это правительство Германии, в других – народ Германии.

**А. Гуляева**

## МЕЖДОМЕТИЯ В СОСТАВЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Междометия – это особая неизменяемая часть речи, не относящаяся ни к знаменательным частям речи, ни к служебным, которая служит для непосредственного выражения эмоций, волеизъявлений и т.д. Фразеологизмы – это семантически связанные сочетания слов и предложения, которые воспроизводятся в речи в готовом виде с фиксированной семантической структурой и определенным лексико-грамматическим составом. Фразеологизмы с междометными компонентами служат одним из способов выражения эмоций в языке.

В ходе сопоставительного анализа 30 фразеологизмов английского языка и 40 фразеологизмов немецкого, имеющих в своем составе междометия, было обнаружено, что данное явление не очень распространено в обоих языках, но при этом достойно особого внимания.

В английском языке 28 единиц имеют форму словосочетания, всего лишь 2 единицы являются предложениями, в одной из частей которых есть междометие. В немецком языке 26 единиц имеют форму словосочетания, и всего 14 единиц выступают предложениями с одним междометием.

9 фразеологических единиц немецкого языка имеют по два междометия в своем составе, эти междометия в составе фразеологизмов соединяются друг с другом союзами, например: *seit eh und je* ‘с давних пор’. В английском

языке междометия в составе фразеологизмов являются частью словосочетания, и только в редких случаях можно выделить 2 междометия, которые соединяются союзом, например: *to be done with um and ah* 'что-то сделано нерешительно'. В нашей выборке на английском языке таких примеров только два.

Среди исследуемых фразеологизмов обнаружены единицы с компонентами, производными от междометий. То есть речь идет о трансформации междометий в другие части речи (в немецком: *einen/den letzten Ächzer ausstoßen* 'испустить последний вздох', существительное *Ächzer* образовано от междометия *ach*; в английском: *from go to whoa* 'от начала до конца', междометие *whoa* субстантивировано). При этом производные компоненты в основном имеют те же значения, что и междометия, от которых они образовались. Во фразеологизмах немецкого языка трансформация междометия в другие части речи наблюдается чаще, чем в единицах английского языка.

**Д. Дмитренко**

## ГЛАГОЛ КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Изучение речевого воздействия весьма актуально в рамках политического дискурса, так как его эффективность определяет успешность того или иного политика. Оратор стремится побудить слушателей к решениям, повлиять на их волю и чувства, призвать к действиям, что было бы невозможно без определенных языковых средств, одним из которых выступает использование модальных и перформативных глаголов.

Основными концептами, которые активизируются модальными глаголами в политическом дискурсе, являются «долг», «необходимость», «способность», «вероятность» и «возможность». Перформативные глаголы эксплицитно раскрывают намерения говорящего, иллокутивная функция выражается точно и однозначно.

В ходе анализа речей выступлений Б. Обамы и Д. Трампа за 2018 год, а также обобщения литературы по данному вопросу было отмечено использование модальных и перформативных глаголов в следующих случаях.

1. Выражение требования с помощью модального глагола *must*:

*We must all work together to end a humanitarian disaster.*

Модальный глагол *must* обозначает категорию долженствования и призван пробудить в слушателях чувство гражданского долга.

2. Убеждение с помощью перформативного глагола *assure*:

*I assure the people of Spain that America stands with you in confronting this evil.* Использование утверждения с высокой степенью интенсивности направлено на устранение сомнений в правдивости сказанного.

3. Выражение необходимости с помощью модального глагола *need*:

*We need to increase drug detection technology and manpower to modernize our ports of entry.*

Употребление глагола *need* и обращение к внешним факторам для мотивации и убеждения слушателя отражает стремление политика к наиболее объективным способам аргументации.

4. Выражение рекомендации с помощью модального глагола *should* и перформативного глагола *recommend*:

*I think we should do something on immigration.*

Глагол *should* имеет более мягкое значение долженствования, и воздействие на публику становится более имплицитным:

*I recommend investment in Italy.*

Совет основывается на суггестивном воздействии. В глаголе выражается указание на определенный образ действий.

Модальные и перформативные глаголы обладают большим потенциалом в качестве средства речевого воздействия. Модальные глаголы выражают отношение говорящего к содержанию его высказывания и целевую установку речи. Перформативные глаголы позволяют оратору точно обозначить свою позицию. Благодаря данным средствам реализуются такие способы речевого воздействия, как убеждение, рекомендация, внушение и просьба.

## Л. Змитрович

### ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ОРНИТОНИМАМИ КАК ИНДИКАТОРЫ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЧЕЛОВЕКА

Антропоцентрические тенденции современной лингвистики предполагают, что оценка выражает взаимодействие человека с окружающим миром. Фразеологизмы как экспоненты культурных знаков способны характеризовать, оценивать предметы, явления, действия, состояния.

В состав фразеологических единиц (ФЕ) могут входить наименования птиц (орнитонимы). Анализ 252 ФЕ с компонентами-орнитонимами английского, немецкого и русского языков показал, что во всех трех языках доминируют названия домашних птиц. Это объясняется их тесным контактом с человеком. Так, *курица* употребляется в трех языках преимущественно для негативной оценки, а на примере орнитонима *утка* прослеживаются одинаковые стереотипные представления о ложной информации. Положительными образами в трех исследуемых языках являются: *орел* — почитаемая божья птица, молодец, храбрец, смелый, сильный, ловкий; *сокол* — мужской символ — смелый. Чаще всего эти благородные птицы противопоставляются вороне: *Ein alter Adler ist stärker als eine junge Krähe* (досл. 'Старый орел сильнее молодой вороны'). – *Сокол с лёту хватает, а ворона и сидячего не поймает.*

Сопоставление единиц выборки позволило выявить совпадение следующих символов: *лебедь* – грациозный, нежный, достойный, *кукушка* – беспечный человек, бездельник, символ плохой матери, *сорока* – нечистая, вешунья, болтливый человек.

Исследуемые фразеологизмы характеризуют особенности внешнего вида человека, его характер или поведение. Для характеристики особенностей внешнего вида человека используются преимущественно следующие орнитонимы: в английском языке: *chicken* ‘цыпленок’, *hen* ‘курица’, *peacock* ‘павлин’, *swan* ‘лебедь’; в немецком: *Fink* ‘зяблик’, *Pfau* ‘павлин’; в русском – *воробей*. Особенности поведения и характера человека чаще выражаются через следующие орнитонимы: в английском: *goose* ‘гусь’ (глупец), *hen* ‘курица’ (суетливый человек), *chicken* ‘цыпленок’ (трус или неопытный человек), *hawk* ‘ястреб’ (беспощадный человек); в немецком: *Adler* ‘орел’ (сильный человек); в русском: *курица* (опекает птенцов), *петух* (драчливый человек), *сорока* (болтливый человек).

Совпадения, обнаруженные в ходе исследования, свидетельствуют об одинаковом восприятии окружающей действительности данными этносами. Различия в использовании тех или иных орнитонимов обусловлены разной степенью распространенности видов птиц в Англии, Германии и Беларуси, а также историко-культурными особенностями каждого из этносов. Орнитонимы в составе фразеологизмов отражают действительность более экспрессивным способом, чем обычные слова и предложения, стереотипизируя при этом мышление человека.

**Д. Зотова**

#### СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ ДОСТОВЕРНОСТИ В РОМАНЕ Ф. ГРЕГОРИ “THE OTHER QUEEN”

Исторический роман “The Other Queen” нами был для исследования выбран не случайно. Его автор – современная британская писательница Филиппа Грегори. Ее романы завоевали мировую известность, и некоторые были экранизированы. В романе “The Other Queen” описаны события эпохи правления английской королевы Елизаветы Тюдор в XVI веке и трагическая судьба Марии Стюарт, воссоздана историческая действительность с помощью ярких образов, подробных описаний и интересных деталей. Главным инструментом создания исторической достоверности художественного произведения являются реалии.

Мы разработали свою классификацию реалий, встречающихся в романе, основанную на предметно-языковом принципе: географические реалии, реалии, обозначающие должности и титулы, исторические, территориально-административные, военные реалии, реалии, обозначающие жилище и имущество, а также этнографические реалии.

Наш анализ показал, что для передачи исторических реалий с английского языка на русский переводчик Е. Б. Ракитина выбрала следующие способы их перевода: транскрипцию, транслитерацию, калькирование, описательный перевод и перевод с помощью функционального аналога.

При переводе романа с английского языка на русский переводчик столкнулся с рядом проблем, связанных с тем, что названия некоторых предметов, понятий, явлений, которые нашли свое отражение в одном языке, отсутствуют в другом. Например, в тексте романа мы встречаем реалию *ermine*. Данному понятию нет эквивалента в русском языке. Переводчик передает данную реалию с помощью описательного перевода 'мантия из горноста, служащая символом достоинства пэров'. Такой перевод позволил сохранить национальный колорит описываемого понятия и объяснить читателю его значение в данном контексте.

Вторая проблема – создание аналогичного произведения, способного оказывать на читателя то же художественно-эстетическое воздействие. Так автор вводит в текст реалию *ceruse*. Переводчик прибегает к калькированию и переводит реалию как 'свинцовые белила'. Данное словосочетание в тексте перевода несет в себе достаточно информации для понимания реципиентом.

Способ перевода реалии зависит от ее особенностей, от места, отводимого ей автором в тексте, и от ее значимости в лингвокультурном пространстве исходного языка. Для решения данных проблем переводчику пришлось изучить исторические, культурные, географические и другие особенности народа, говорящего на исходном языке.

## **К. Зульфугарова**

### **МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В СПОРТИВНОМ КОММЕНТАРИИ**

Метафора – это слово или выражение, употребляемое в переносном значении, в основе которого лежит сравнение неназванного предмета или явления с каким-либо другим на основании их общего признака. Используя метафоры, отправитель пытается изменить языковую картину мира, находящуюся в сознании получателя. Мы рассмотрели метафорические модели, употребляющиеся в современном спортивном дискурсе, а именно в спортивном комментарии.

Популярны в материале исследования *зооморфные метафоры*: *Скоро жабры вырастут – юная пловчиха из Бреста уже «делает» на дистанции Герасименю*. В данном примере метафора несет положительную оценку спортивного события, что встречается очень редко, т.к., в основном, данные метафоры имеют негативный характер. Например, с помощью зооморфных метафор нередко номинируют оппонента: *Не бойся реванша, маленькая суетливая крыса. Ты будешь делать то, что тебе говорят, как и всегда*

(Коннор МакГрегор); *К чемпионату мира будет видно, смогу ли я бодаться с самыми крупными «акулами» тяжелой атлетики* (Андрей Арямнов). Указанные метафоры обладают агрессивным прагматическим потенциалом, поскольку они передают яркие коннотативные смыслы.

В следующих примерах исследуется метафорическая модель, объединяющая образы, основанные на представлении о современном обществе как *человеческом организме*: *Возят нас, как хотят; Выжили в «группе смерти»*. Здесь метафоризированными оказываются физические и физиологические действия. Антропоморфные метафоры позволяют человеку упорядочить свои представления о мире, перенося на него принципы структурирования окружающей среды.

В материале исследования были также зафиксированы *артефактные* метафоры, т.е. перенос из различных областей предметной деятельности: *Во закрутили карусель в нашей зоне россияне*.

Таким образом, метафора является весьма востребованным языковым ресурсом в спортивных комментариях, позволяя передавать информацию в яркой и доступной форме и обладая мощным прагматическим потенциалом. Как показывают результаты нашего исследования, чаще всего комментаторы обращаются к зооморфным, антропоморфным и артефактным метафорам.

**В. Иванюк**

## ОСОБЕННОСТИ АССИМИЛЯЦИИ АНГЛИЦИЗМОВ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Понятие «современная немецкая лексика» включает не только новые слова, но и в большей степени всю лексику тех носителей языка, которые определяют языковое лицо научно-технической и художественной литературы и прессы. Заимствование является одним из путей обогащения словарного состава.

Заимствования в немецком языке обычно приспособляются к системе немецкого языка. При этом различают фонетическую, морфологическую и орфографическую ассимиляцию.

Под фонетической ассимиляцией понимают приспособление заимствования к фонетическим нормам принятого языка. При морфологической ассимиляции речь идет о приспособлении заимствований к морфологической системе языка. В немецком языке это: добавление артикля, большинства суффиксов и падежных флексий к существительным, глагольных суффиксов и глагольных флексий к глаголам. Так, английскому *shunt* соответствует немецкое *der Shunt* ‘шунт, шунтовое сопротивление’, фр. *lancer – lancieren* ‘метать, выстреливать’ и т.д. При орфографической ассимиляции существительное пишется с большой буквы, иностранные буквы и буквенные связи заменяются немецкими, например: *Café* (из фр. *cafe*) – *Kafee*, *Bureau* – *Büro*.

Существуют различные степени определения ассимиляции: 1. Полная ассимиляция заимствованных слов, когда слово постепенно уподобляется фонетической и грамматической системе языка и вовсе не отличается от общей немецкой лексики. Ср.: *Fenster, Mann, Stiefel*. 2. Неполная ассимиляция, когда в словах ударение заменяет иностранное происхождение при полной ассимиляции морфологических и орфографических признаков. Ср.: *Maschine, Fab'rik, Stu'dent*. 3. Неуподобляемые слова – это слова, которые встречаются в немецком языке в своей неизменной иностранной форме: *notabene, fortissimo* и т.д.

Исходя из рассмотренного материала, можно сформулировать следующие выводы. 1. На рубеже XX–XXI вв. англицизмы вытесняют немецкие слова из немецкой речи; но сегодня день можно говорить о постепенном вхождении английских заимствований в немецкую лексическую систему. 2. Через английский язык в немецкий приходят не только английские слова, но и слова из других языков мира, что приводит к появлению слоя международной лексики в немецком языке и равным образом к ее интернационализации. 3. Иностранные заимствования проявляют тенденцию к включению в словообразовательную систему немецкого языка: заимствованное слово может соединяться с немецкими словообразовательными элементами, с немецкой основой или с другой заимствованной основой, образуя гибридные лексемы.

## А. Козачук

### ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ, ФИКСИРУЮЩИЕ КОНЦЕПТ «РАБОТА» В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

В современной лингвистике наблюдается тенденция изучения языка как способа интерпретации человеческой культуры. Большой интерес в этом отношении представляет фразеология, которая фиксирует познавательный, социальный и культурный опыт народа, будучи важным источником данных о том, какое место в жизни немецкого народа занимала работа и каково было отношение к ней. Т.е. на основе языковых данных она открывает взгляд на немецкую культуру и менталитет.

В ходе анализа было выявлено следующее. В немецкой лингвокультуре присутствуют устойчивые сочетания (*sich an die Arbeit machen; etwas gerade in Arbeit haben*). Фразеологизмы могут отражать отношение к работе, например: *Arbeit macht das Leben süß; Das ist eine rechte Pferdearbeit*, а также указывать на бесполезно потраченные усилия, прикладываемые к выполнению какой-либо работы (*leeres Stroh dreschen; Wasser in den Brunnen tragen*). Для описания отношения человека к работе в немецком языке используются сравнения с животными (*arbeiten wie ein Dachs; bienenfleißig arbeiten*). Поскольку основная работа была раньше физической, а именно выполнялась руками, достаточное количество фразеологизмов содержит

в себе именно этот лексический компонент (*beide Hände voll zu tun haben; in die Hände spucken; etwas unter den Händen haben; die letzte Hand an etw. legen*). Работа всегда была основным источником получения средств существования для людей. Поэтому ее сравнивают с хлебом. Это значение представлено таким примером, как *einem zum Brote verhelfen / einem Brot geben (verschaffen)*. Отношение к труду представляется в оппозиции к отдыху (*Erst die Arbeit, dann das Vergnügen*). Фразеологизмы фиксируют веру в то, что чем раньше человек приступит к работе, тем успешнее будет результат (*Morgenstund hat Gold im Mund; Früher Vogel fängt den Wurm*), а также важность соотношения затраченных усилий и их оплаты (*Wie die Arbeit, so der Lohn; Arbeit gewinnt allezeit etwas*).

Исследование показало, что работа занимает очень большое место в немецкой культуре. Любой труд оплачивается по заслугам. Также фразеологизмы фиксируют важность затраченных усилий и направленность на результат действий. Кроме этого описываются тяготы рабочей жизни, которые народ прочувствовал на собственном опыте. Многие фразеологизмы употребляются еще и сейчас носителями немецкого языка, что подтверждает их актуальность и в наше время.

## **А. Кулага**

### **О ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ СТАТУСЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ (на материале современной немецкой прозы)**

Поскольку фразеологические обороты обладают сложной семантической структурой и высоким удельным весом коннотаций, то изучение изолированных фразеологических единиц не дает полного представления о многообразии связей, в которые они вступают в контексте, об ассоциациях и о том добавочном смысле, который они, употребленные в том или ином контексте, способны вызвать у адресата. Несмотря на устойчивость и раздельнооформленность, фразеологические единицы допускают в отличие от отдельных слов разнообразные семантико-структурные модификации, что делает их еще более эффективными в плане воздействия на адресата.

В этом видится актуальность выбранной темы исследования, целью которого стало изучение функций фразеологических единиц в контексте художественного произведения как эффективного средства для характеристики действующих лиц, для представления отношения героев к событиям, описываемым в произведении. Материалом для исследования послужил немецкоязычный роман Мартина Зутера «Идеальный друг». Как показал анализ, одной из основных функций фразеологизмов выступает текстообразующая, то есть в ряде случаев фразеологические единицы являются связующими фрагментами текста, что, в свою очередь, помогает контекстному развертыванию семантики фразеологизма.

Фразеологические единицы могут включать в себе и содержательно-концептуальную информацию, которая является ядром микроконтекста. Коннотативная функция фразеологических оборотов чаще всего реализуется в диалогах героев и служит для выражения их отношения к событиям.

Что же касается когнитивной функции, то в нашем материале наблюдалась реализация ее разновидности – аксиологической подфункции, выражающей оценку происходящего, основой для которой являются, как известно, логические умозаключения, а не эмоции,

Фразеологические единицы, включенные автором в канву произведения, часто выполняют не одну, а несколько функций, что позволяет говорить о них как о полифункциональных единицах, но доминирующей, как выяснилось в ходе анализа художественного текста, является коннотативная функция, обладающая эмотивным и выразительным потенциалом. Благодаря этой функции фразеологические обороты придают тексту выразительность, образность и экспрессивность.

## А. Кульбеда

### СЕМАНТИКА И ЭТИМОЛОГИЯ СЛОВ ВОЕННОЙ ТЕМАТИКИ

(на примере английской лексической единицы *warrior*)

Общепризнанным является факт воинственности германцев вообще и англосаксов в частности. Поэтому война и слова военной тематики занимали ключевую позицию в жизни англосаксов. И это нашло отражение в языке.

Предметом исследования стали семантические характеристики тематической группы «Война», относящиеся к V–XIV вв. Языковым материалом в настоящей работе послужили лексемы, отобранные методом сплошной выборки из древнеанглийской прозы, героической поэзии и 9 словарей. Единицы были сгруппированы по тематическому принципу и распределены по следующим лексико-семантическим группам: «Воин», «Войско», «Война» и «Военное снаряжение». Все группы представлены как простыми, так и сложными лексемами.

Критерием отбора единиц в лексико-семантическую группу «Воин» в древнеанглийский период послужил семантический признак 'воин', объединяющий все единицы данной группы и являющийся основным. Данная группа включает лексические единицы со словарной дефиницией *warrior, soldier, fighter* (воин) и насчитывает 102 слова, из которых 28 простых и 74 сложных. Выделяются следующие культурно-специфические особенности: социальный статус, пол и возраст воина, характеристика воина, специализация воина. В рамках группы «Воин» существует большое количество сложных слов. Мы можем предположить, что в их структуре одна сема является культурным компонентом, основной задачей которого выступает добавление культурно-специфического значения в структуру слова.

Анализируя информацию из словарей и других источников, мы можем наблюдать почти полное перенесение значения из древнефранцузского языка в древнеанглийский. Таким образом, в древнеанглийском языке слово *warrior* использовалось только в одном значении. И это же значение является основным в настоящее время.

## Я. Лесняк

### СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ ОНОМАСИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФИТОНИМОВ В СОВРЕМЕННОМ И ДРЕВНЕАНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (на материале названий деревьев, кустарников, трав и ягод, наиболее распространенных в Великобритании)

С целью проследить процессы возможного изменения характера номинаций фитонимов на разных этапах развития английского языка был проведен их сопоставительный ономаσιологический анализ в современном и древнеанглийском языке на материале 30 названий растений, выбранных из списка «3000 наиболее частотных английских слов». По результатам анализа выделяем следующие группы современных фитонимов с точки зрения их этимологии: 1) исконные слова; 2) заимствования; 3) фитонимы неизвестного происхождения.

11 фитонимов из 30 наиболее частотных в современном английском языке являются исконными словами германского происхождения, которые со временем не изменили характер своей номинации, но могли лишь утратить свой мотивирующий признак. Так, современный фитоним *ash* ‘ясень’ (древнеангл. *æsc* ‘ясень’) произошел от протогерманского *askaz*, *askiz* и далее, от индо-евр. корня *\*os-* с этим же значением. В древнеанглийском это слово имело также утратившееся в наши дни значение ‘копьё’, поскольку из этого дерева делали древко копья. Фонетические изменения со временем сделали его омонимом слова *ash* ‘зола, пепел’, имеющего иную этимологию. Другим примером может служить частично мотивированное сложное слово *hawthorn* ‘боярышник’ (древнеангл. *hagaþorn* от *haw* ‘изгородь’ + *thorn*), который использовался в живой изгороди. Некоторые фитонимы имели несколько наименований в древнеанглийском, не дошедших до наших дней, например, *blaceberian*, *bremelberie*, *bremelæppel* для современного *blackberry* ‘ежевика’.

11 фитонимов были заимствованы из других языков: французского или латинского (при этом слово могло иметь греческое происхождение). Например, *chamomile* ‘ромашка’ (от греч. *chamaimelon* от *chamai* ‘на земле’ + *mēlon* ‘яблоко’) названа так по запаху, напоминающему запах яблока, или *acacia* ‘акация’ от лат. *acacia* от греч. *akakia*. Однако более древних названий этих растений в древнеанглийском языке обнаружить не удалось, что не позволяет нам судить о характере номинаций этих растений в древнеанглийском.

Некоторые фитонимы, например, *raspberry* ‘малина’, *gooseberry* ‘крыжовник’ относим к группе фитонимов неизвестного происхождения, так как надежной и бесспорной информации об их происхождении не обнаружено.

**Ю. Линник**

## РЕКЛАМНЫЕ СЛОГАНЫ: ПЕРЕВОДИМ ВОСПРИЯТИЕ В СФЕРУ БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО

Говоря об особенностях слогана, важно обозначить его влияние на массовое сознание аудитории и формирование коммуникативных способностей получателей рекламной информации. Слоган можно рассматривать как особое «зеркало» культуры, объективно отражающее среду коммуникации общества. В этом проявляется уникальность рекламного девиза как социального явления. Данный вывод оправдан, поскольку создатели слоганов стремятся «разговаривать» на одном языке с потребителем, быть максимально понятными и близкими той аудитории, к которой обращаются.

Слоган – это короткое предложение или словосочетание, несущее в себе основную рекламную информацию, то высшее проявление его художественной ценности – способность запоминаться удачной фразой и, в идеальном варианте, войти в повседневную речь, при этом не теряя связи с объектом рекламы. Имеется множество техник для достижения этой цели. Анализ слоганов автомобилей и рекламных текстов наружной рекламы позволил выделить наиболее эффективные из них.

Одной из таких техник является трансформация известных фраз, напр.: *Вольному – Вольво* («Volvo»). Здесь смысл первоначального текста искажается за счет того, что пословица *Вольному воля, спасенному рай* использована частично, а замещение компонента названием торговой марки формирует новый посыл – «Вольво» создан для по-настоящему свободных людей.

*На все SX4 стороны* («Suzuki-SX4») – стоит обратить внимание на особую эффективность визуального восприятия этого слогана автомобиля «Сузуки», который также раскрывает тему свободы и независимости с помощью аллюзии на фразеологизм *Идти на все четыре стороны*.

Слоган для периода специальных цен на автомобиль «Volkswagen Tiguan» *Поймай его, если успеешь!* указывает на киноленту С. Спилберга «Поймай меня, если сможешь», хотя лозунг нидерландской авиакомпания «KLM Royal Dutch Airlines» *The Flying Dutchman* намекает вовсе не на легенду о корабле, обреченного на вечное скитание в морях. Похоже, авторы не предполагали ассоциаций с сюжетом первоисточника, а руководствовались широкой известностью самого выражения и рассчитывали на его буквальное восприятие.

Сообщения, имеющие дополнительные смысловые оттенки, обладают гораздо более сильным внушающим эффектом, так как одновременно воздействуют и на сознание, и на бессознательное. Прецедентные феномены являются мощным средством перевода восприятия в сферу бессознательного. Они располагают уникальным свойством – имеют устойчивую эмоциональную нагрузку и, следовательно, вызывают в сознании реципиентов уже сложившиеся ассоциации. Более того, такие удачные рекламные слоганы живут годами, становятся частью современной цивилизации и проникают в языковую среду получателей рекламной информации.

## А. Малыщицкая

### ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Образ страны и методы его репрезентации представляют в современном мире особый интерес, поскольку национальный образ влияет на отношение участников мирового диалога к тому или иному государству: положительный образ способствует установлению партнерских отношений, отрицательный, наоборот, вносит вклад в разобщение, столкновение интересов и конфронтацию.

Традиционно выделяют «внутренний» и «внешний» имидж субъекта. Первый направлен на внутреннюю целевую аудиторию, то есть население Республики Беларусь, второй – на внешнюю целевую аудиторию (международный образ Беларуси).

Одним из важнейших субъектов формирования имиджа государства являются средства массовой информации. Через печатные и электронные средства связи передается не только информация, но и ее субъективные оценки, которые могут выражаться как напрямую, так и опосредованно через использование различных языковых средств. Представляется актуальным рассмотреть, какие языковые средства наиболее часто используются в СМИ и как они влияют на формирование положительного и отрицательного имиджа Республики Беларусь. В качестве материала нами были проанализированы такие немецкие издания, как „Handelsblatt” и „Deutsche Welle“.

Наиболее часто встречаются метафоры, несущие отрицательную коннотацию. Немецкое издание „Handelsblatt“ довольно критично относится к сложившемуся белорусскому политическому режиму в целом и к персоне белорусского президента в частности. А. Г. Лукашенко выглядит на ее страницах авторитарным правителем, который управляет страной с помощью своего «железного кулака» (*mit eiserner Hand*), в своей стране «прочно удерживает вожжи» (*die Zügel fest in der Hand halten*).

В отношении восприятия самой Беларуси нет негативного контекста, имидж страны и имидж государства здесь разводятся по разные стороны баррикад. Созданию положительного имиджа страны во многом спо-

собствовали эпитеты, несущие в себе оценочное суждение. В статьях часто встречались такие выражения, как *экзотическая страна (exotisches Land)*, *волшебная природа (zauberhafte Landschaft)*.

Еще одним языковым средством, формирующим позитивный образ Беларуси, является антономазия. Здесь примером выступает выражение *Беларусь – легкие Европы (die Lungen Europas)*.

Анализ языковых средств, характеризующих государство как с положительной, так и с отрицательной стороны, показывает, что наиболее часто в печатных СМИ употреблялись метафоры.

## **Ю. Маразенко**

### **ТИПЫ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ В СЕМАНТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЕ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ-ФАУНОНИМОВ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Изучению семантической структуры слова посвящен ряд работ, в которых авторы с различных точек зрения анализируют это многомерное явление. В ходе данной работы было выявлено, что исследуемые существительные способны к содержательному варьированию в трех полях: гипонимическом, метонимическом и метафорическом.

Главной особенностью при метонимии является то, что основа переосмысления в этом случае заложена в смежности самих объектов, объединяемых одним звуковым комплексом.

Метафорические отношения возникают в том случае, если в основе двух значений лежит сходство. При метафорических отношениях связь значений осуществляется не только на основе реальных, но и потенциальных сем, отсутствующих в структуре исходного значения.

Обозначения животных представляют собой область переноса значений на конкретного человека или на группу людей. При этом мотивом для переноса служат стереотипные качества животных. Так, абсолютное большинство производно-номинативных значений существительных-фаунонимов в немецком языке составляют семемы, используемые для наименования нравственных и социальных характеристик человека, образованных на основе различного рода ассоциаций.

Главным итогом проведенного исследования является вывод о моделируемом характере семантических процессов, что находит свое выражение в определенном характере строения семантических структур существительных-фаунонимов. Семантические отношения внутри структур многозначных субстантивов не носят хаотический, беспорядочный характер: они подчинены определенным семантическим правилам, характеризующимся своей прогнозируемостью и способностью к строгой нормативной фиксации.

## СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ-АББРЕВИАТУР

Самым динамично развивающимся языком в мире можно назвать английский, потому что именно в нем ежедневно рождается большое количество неологизмов. Одним из продуктивных способов образования новых слов является аббревиация. Из онлайн-словаря новой лексики «Word Spy» нами были отобраны 50 неологизмов-аббревиатур, которые можно классифицировать в соответствии с их структурой:

1) аббревиатуры, образованные путем сложения первых слогов слов – *NoMo* (*not + mother*) ‘a woman who is not a mother, particularly by circumstance rather than by choice’;

2) аббревиатуры, сочетание начальных букв слов которых обозначает уже существующее слово с другим значением – *Wombat* (*Waste of money, brains, and time*) ‘profoundly uninteresting or useless’; *BANANA* (*build absolutely nothing anywhere near anyone*) ‘a person who is opposed to new real estate development, particularly projects close to their neighborhood’; *CHAOS* (*can’t have anyone over syndrome*) ‘not inviting guests to one’s house because it is too messy’;

3) аббревиатуры, образованные начальными буквами слов фразы, которые произносятся по буквам, – *DWT* (*driving while texting*) ‘driving a car while reading or sending text messages’; *DWY* (*driving while yakking*) ‘the act of driving a car while talking on a cell phone’; *DMCA* (*Digital Millennium Copyright Act*) ‘to invoke the Digital Millennium Copyright Act to request the removal of online content’;

4) аббревиатуры, образованные начальными буквами слов фразы, которые произносятся как единое слово, – *LULU* (*locally unwanted land use*) ‘a real estate development or other construction project to which the local residents are opposed’; *JOOTT* (*just one of those things*) ‘an unexplained problem that resolves itself over time’; *PANK* (*professional aunt no kids*) ‘a woman without children who dotes on her nieces and nephews’;

5) аббревиатуры, образованные начальными буквами слов фразы, с добавлением окончания *-ie* – *Duppie* (*depressed urban professional*) ‘a person who once had a high-status or high-paying job and must now work in a menial or lower paying job’;

6) аббревиатуры, образованные начальными буквами слов фразы с заменой частицы *to* на цифру 2, – *O2O* (*online-to-offline*) ‘relating to a business model that uses online resources to drive consumers into a company’s offline locations’; *P2P* (*peer-to-peer or person-to-person*) ‘a technology or system that enables individuals to deal with each other directly without requiring a central organizing point or authority’;

Таким образом, неологизмы, образованные путем аббревиации, отличаются структурным разнообразием, при этом наиболее продуктивным типом оказались аббревиатуры, образованные начальными буквами слов фразы, которые произносятся как единое слово.

## **И. Микулан**

### **ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДНЕВНИКА**

Существует множество определений понятия *дневник*, объединив которые получаем следующее: дневник – форма автобиографического повествования, представляющая собой подневные записи, которые ведутся человеком от первого лица, для себя, в хронологической последовательности и отличаются субъективностью, эмоциональностью и интимностью. Художественный дневник является жанровой формой обычного дневника, которая появилась в результате взаимодействия художественной формы (романа) и нехудожественной (бытового дневника).

В настоящее время многие авторы создают свои произведения в форме дневника. Это объясняется тем, что данная жанровая форма позволяет наиболее точно раскрыть внутренний мир героя произведения, создать его языковой и психологический портрет.

Мы проанализировали произведение современного американского автора Криса Колфера “*Struck By Lightning: The Carson Phillips Journal*”, написанное в жанре художественного дневника, и обнаружили, что существуют внешние (датированность, периодичность ведения, особая форма записей) и внутренние (описание переживаний героя, собственных наблюдений, повествование от первого лица) признаки художественного дневника. Кроме этого ему присуща особая временная отнесенность, фрагментарность записей, двуаспектность времени, субъективность, эмоциональность и внутренняя диалогичность.

Среди языковых особенностей можно выделить лексические и стилистические средства, которые формируют эмоциональное и идейное содержание произведения, создают языковой портрет главного героя. В произведении “*Struck by Lightning*” особо важную роль играют следующие лексические средства: вводные компоненты, эгоцентрическая лексика, имена собственные, лексика, связанная со школьными реалиями, разговорная лексика, сленг, вульгаризмы, фразеологические и прецедентные единицы. Данные лексические особенности – это речевая характеристика героя-повествователя. Они создают точный портрет языковой личности автора, передавая его настроение, особенности характера, отношение к миру, специфичность речи, уровень образования и интеллекта.

В анализируемом произведении были выявлены стилистические средства: лексические повторы, метафоры, сравнения, риторические обращения, восклицания и вопросы, инверсии, умолчание, антитезы,

иноязычные вкрапления, сарказм и ирония. Они создают внутреннюю диалогичность (демонстрируют коммуникацию с невидимым собеседником и автокоммуникацию), придают повествованию динамичность и эмоциональность, заставляют читателя поверить в реальность дневника и глубже понять внутренний мир героя.

## А. Милюша

### ОНОМАТОПЫ ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОМ ФОНДЕ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

В любом языке встречаются устойчивые словосочетания, которые образуют его фразеологический фонд. В состав таких единиц могут входить звукоподражания – наборы звуков, напоминающие звуки окружающей среды, – ономатопоия или ономатопоия.

Несмотря на то, что во всех точках мира все звуки являются идентичными, в различных языках звукоподражательные слова звучат по-разному. Например, ономатопоия, означающие процесс питья: рус. *бульк*, англ. *gulp*, нем. *schlürf*. К особенностям ономатопоия относятся следующие: наличие фонетических вариантов (звук быстрого удара можно передать как *бац*, *стук*, *хрясь*), повторы (*кан-кан*, *grunz-grunz*, *ruff-ruff*), во многих случаях звуковая нестандартность (например, соединение нескольких согласных в словах *анчхи*, *rirarutsch*, *chrrr*).

Исследование 140 фразеологизмов со звукоподражательными словами (82 фразеологизма в английском языке и 58 – в немецком) показало, что по структуре среди них доминируют словосочетания (86 %), паремии составляют лишь 14 %. 89 % единиц выборки в английском языке содержат собственно ономатопоия и 11 % – ономатопоиеческие производные. В немецком языке это 49 % и 51 % соответственно. Таким образом, в английском языке преобладают единицы с собственно ономатопоиями, в то время как среди немецких фразеологизмов количество единиц с ономатопоиями и их производными практически равное.

Ономатопоия и их производные могут передавать: 1) звуки неживой природы (*тук-тук*, *щёлк*, *knack*, *bauz*, *clack*, *grumble*); 2) звуки, издаваемые человеком (*кряхтеть*, *стонать*, *stöhnen*, *ächzen*, *to groan*, *to moan*); 3) звуки животного мира – зоокализмы (*мяукать*, *мычать*, *brüllen*, *gackern*, *to oink*, *to croak*). Среди фразеологизмов английского языка преобладают ономатопоия, имитирующие звуки неживой природы (70 %), например: *dribs and drabs* ‘кот наплакал’. Та же картина наблюдается и в немецком языке (82 %), например: *Krach machen* ‘громить, устроить скандал, галдеть’.

Итак, хотя немецкий и английский языки принадлежат к одной группе, во фразеологических единицах с ономатопоиями прослеживаются как сходства, так и различия, обусловленные различным восприятием окружающего мира этими народами.

## ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТА «КРАСОТА» В МОДНЫХ ЖУРНАЛАХ

Страницы глянцевого журнала сообщают нам, что красота – это канон; то, что принято и считается красивым в данный момент времени, здесь и сейчас. Анализ англоязычных журналов мод последних лет позволил выделить те лексемы, которые использовались для описания красоты, и разбить их на семь категорий, применив метод бинарных оппозиций.

• Внешняя красота – внутренняя красота: *look ultrapretty and fresh; flower by Kenzo: the world is beautiful; gorgeous fashion spreads; I love your magazine: the fashion, the beauty, the celebrities – all of it (from a letter of a fan) VS to make a healthier and more beautiful difference; beauty secret; discover beauty; TV dramas: slick, smart and stylish; Incredibly stylish prose; inner harmony.*

• Красота девушки/женщины – красота женщины-матери: *the most beautiful woman; gorgeous girl; a striking woman of fair complexion, high cheekbones and hazel-blue eyes; beautiful women VS the most gorgeous mom in the world; sense of beauty comes from the simplest of sources: my mother; Mom is the ultimate beauty, inside and out; Mother is embodying what's beautiful inside and out.*

• Красота обычной женщины – красота известной женщины: *indescribably pleasing, but not necessarily sexually attractive; unconventional beauty; inexplicable, strong, and pure; one who is absolutely stunning VS she (actress) is pretty and has great style; a blond bombshell (Rihanna); an exceedingly gorgeous external appearance; off duty models look chic from head to toe.*

• Женская красота – мужская красота: *female body is built in an elegant, almost instrumental form; simplicity and cuteness is another alluring trait of a girl VS discreet, tasteful, polished – qualities of a good businessman; a beautiful grandson; he's young, fresh – and unbearably handsome (singer).*

• Общая красота имиджа – красота отдельных частей тела: *smartly dressed; her stylish look is everything; fashion hero; incredible image VS to smooth and even your skin tone; skin looks energized; recharges with moisture; fresh, flawless, radiant (skin); a safe sun-kissed look that glows (skin suntan lotion).*

• Красота тела – красота аксессуаров: *perfect size six figures; well-built; an hourglass figure VS a chic upgrade tote bag; truly innovative jewelry that is beautiful and unique; sky-high stilettos take flight with eye-catching plumage.*

• Красота природы – красота интерьера: *stunning glacial lakes and rivers stunning salmon runs; the rugged natural beauty of Prince William Sound (glacier) inspire a sense of awe in visitors; idyllic location near the deep fjords and crystalline glaciers; the beautiful setting (for a photograph) VS tranquil serenity of a bar; the lobby is festooned with bronze flame medallions and ornamental dragons; the beautiful (sculpture) gallery; posh restaurant; exquisite design.*

Метод бинарных оппозиций представляется адекватным для осуществления анализа, он обусловлен двоичностью восприятия окружающего мира и позволяет рассмотреть явление с разных сторон, осознать его многогранность.

**С. Нуриева**

## АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА АНГЛИЧАН

Вопрос о национальной специфике наций вызывает споры и у носителей культуры, и у людей, которые ее интерпретируют. Очевидно, что обе стороны проявляют некоторую субъективность в своих утверждениях и убеждениях. Зачастую понятие о культурных особенностях складывается исходя из опыта и наблюдений, которые впоследствии превращаются в устоявшиеся стереотипы.

Отражение национального характера может появляться и во фразеологизмах. Приведем примеры некоторых из них.

- Отношение к труду: многие исследователи утверждают, что англичане чрезвычайно много работают, напрягая все умственные и физические силы. Даже собственный палисадник у типичного представителя английской нации не для отдыха, а для работы. Показательно, что в английском языке сложилась довольно многочисленная база фразеологизмов, связанных с трудом: *to break one's back* 'трудиться, не покладая рук'; *to put some back into one's work* 'приложить всю свою энергию, физическую силу'; *to roll up one's sleeve* 'взяться за трудную работу'; *to keep one's nose to the grindstone* 'много и усердно работать'; *to die with one's boots on* 'умереть на рабочем месте / работать до пожилого возраста / до смерти'. В данной группе представлено много единиц, связывающих труд с физической болью: *to take great pains* 'с трудом добиться чего-либо', *to draw the first blood* 'добиться первого успеха', *to work one's guts out* 'надрываться на работе'.

Однако Кейт Фокс в своем социологическом исследовании «Англия и англичане. О чем молчат путеводители» (2013) подчеркивает, что индусы, японцы и жители северной Европы считают англичан ленивыми и безответственными.

- Юмор и ирония – одна из главных черт национального английского характера. Английский юмор до сих пор считается загадкой, как сущность и душа самих англичан, это утонченная самоирония, изящество ума, намеки, но без пошлости. Именно этот аспект вызывает недоумение у иностранцев. *The elephant jokes* 'слоновьи шутки', к которым относят особо глупые истории; *dry sense of humour* 'сарказм или ирония'; *banana skin sense of humour* 'юмор с банановой кожурой' (если переводить дословно, так изящно британцы отзываются об американских шутках); *shaggy-dog stories* 'истории, комичность которых заключается в нелогичности сказанного'. Характер

английских шуток тоже отличается невозмутимостью повествования и акцентированием внимания на мелких незначительных деталях на фоне общей абсурдности ситуации, что и снискало славу английскому юмору: *The House of Lords is good evidence of live after death* 'Палата лордов — отличное свидетельство существования жизни после смерти'; *Everyone has a fool in his sleeve* 'У каждого в рукаве свой дурак'; *Grave mistake* 'серьезная ошибка' (дословно: 'могильная ошибка'); *Dead right* 'абсолютно правы' (дословно: 'мертвецки правы').

## А. Панасенко

### ИНВЕКТИВЫ В КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ МУЖЧИНОЙ И ЖЕНЩИНОЙ (на материале немецкого языка)

Инвективная (бранная) лексика – это лексика, унижающая честь и достоинство другого лица, неприличные выражения, которые контрастируют с принятыми в обществе нормами. Большинство научных исследований классифицируют ругательные слова по их источникам. Среди инвектив, оскорбляющих мужчин и женщин, были выявлены следующие источники:

1) скатологическая область – *Arsch* 'последний человек в чем-то или каком-либо деле, глупый человек'; *Scheißer* 'трусливый мужчина';

2) сексуальная сфера – *Wichser* 'мужчина, который достигает высшего наслаждения без партнера'; *Schlaffi* 'импотент'; *Dorfmatratze* 'жительница небольшого городка, которая спит с его жителями';

3) вера – *Hexe* 'злая женщина'; *Teufel* 'зло' (в католических странах);

4) сфера болезней – *Alki* 'алкоголик';

5) физические и умственные недостатки человека: *Idiot* 'глупый человек'; *Fettsack* 'чрезвычайно толстый человек';

6) мир животных – *Esel* 'упрямый, ленивый, глупый мужчина'; *Schlange* 'обманчивая и коварная, а также ядовитая в переносном смысле женщина'.

Такие источники, как наименования национальностей, религия и этническая принадлежность, в исследуемом материале не выявлены.

Кроме этого в анализируемом корпусе инвектив были установлены такие источники, как

1) поведение и значение в социуме: *Maulheld* 'человек, который ведет хвастливый, «выпендрейный» образ жизни'; *Couchpotato* 'ленивый, неактивный человек'; *Niete* 'человек, который ничего не значит («ноль»);

2) манера общения и стиль говорения: *Quasselstrippe* 'кто-л., кто говорит без умолку'; *Stockfisch* 'человек, коммуникация с которым едва происходит (проходит очень быстро)';

3) отношение одного пола к другому: *Nervensäge* 'женщина, которая всегда чем-то недовольна'; *Macho* 'мужчина, девиз которого «ich bin der Stärkste, ich hab den Größten»';

4) внешность: *Pottsau* ‘очень грязный, зловонный и отвратительный человек’; *Schnösel* ‘мужчина, который очень много внимания обращает на свою внешность’.

При этом есть активные сферы-доноры инвективной лексики. Примером могут служить скатологическая сфера, сексуальная сфера и сфера животного мира. Менее употребительны инвективы из сферы веры, болезней, поведения и значения в социуме и внешности человека. Сферы, которые выделяются учеными, но не используются в коммуникации между мужчинами и женщинами, – сфера национальностей, этническая сфера и сфера религии.

## К. Петросян

### СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АГОНАЛЬНОМ ЖАНРЕ

В агональных жанрах политического дискурса параметры деятельности речевого воздействия определяются структурой диалога. С одной стороны, говоря о речевом воздействии в деятельностном аспекте, мы предполагаем системность и соотносимость составляющих его компонентов. С другой стороны, диалог разворачивается линейно, что создает необходимость для коммуникантов совершать действия, направленные не только на модификацию фрагментов знания аудитории, но и на нейтрализацию эффекта воздействия речи оппонента.

Анализ *трехуровневой* системы стратегий и тактик речевого воздействия, примененных во время предвыборных теледебатов Д. Трампом и Х. Клинтон, кандидатами в президенты США, позволяет выделить языковые средства, используемые в разных целях.

Интродуктивная стратегия первого уровня имеет целью сообщение информации; варьирующая стратегия второго уровня – сообщение информации, а также разрушение установленных речью оппонента смысловых связей; аддитивная стратегия третьего уровня – в дополнение к вышеупомянутому, направлена на встраивание новых смысловых связей на место разрушенных. Все эти стратегии используют: метафоры, эпитеты, риторические вопросы, повторы, противопоставления, пассивные формы, инклюзивное местоимение *мы* для сближения с аудиторией. Категория модальности является самым распространенным синтаксическим средством воздействия.

Стратегия базового уровня оказывается достаточной для того, кто говорит первым в диалогическом единстве или после смены темы. Этот коммуникант должен нейтрализовать эффект воздействия речи своего оппонента, используя три тактики: понятийной или образной категоризации и тактику ценностной ориентации.

Стратегия второго уровня помимо основной цели речевого воздействия преследует особую задачу, определяющуюся ситуацией агонального диалога. Эта стратегия называется варьирующей, в самом общем виде

ее назначение можно описать как контроль над качеством подаваемой оппонентом информации. Контроль осуществляется посредством тактики верификации и тактики метаязыкового комментирования.

Стратегия третьего уровня реализуется двумя типами тактик, отражающими возможные пути приращения информации в диалоге. Первая из них – тактика введения новых фактов о ситуации; вторая – тактика введения новых аспектов. Введение нового угла рассмотрения проблемы придает фактам и явлениям, сообщаемым в речи оппонента, новый смысл.

Таким образом, стратегия каждого последующего уровня имеет свою собственную цель, но одновременно достигает цели и стратегии более низких уровней.

**М. Пешко**

## СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВОЙ АНГЛИЙСКОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ

Каждый живой язык легко адаптируется к изменениям, происходящим в жизни и культуре его носителей, и основной вес таких изменений приходится на словарный запас. Сфера туризма не исключение. За последние 30 лет глобальные процессы урбанизации, «транспортной революции», а также повышение уровня и качества жизни населения стали причиной появления ряда туристических неологизмов.

Под неологизмом обычно понимают новое слово или выражение в языке, а также новое значение уже существующего слова или выражения. Материалом исследования послужили 50 новых лексических единиц туристической тематики, полученных в результате сплошной выборки из английского информационного словаря «Word Spy». По результатам анализа данные единицы были распределены по 3 лексико-семантическим группам (ЛСГ).

Первая группа (тема “Types of tourists”) описывает разные цели участников путешествий, имеющих как негативные, так и положительные установки, а также относящихся к разным возрастным категориям: *grey nomad* ‘a retired person who travels extensively, particular in a recreational vehicle’; *narco-tourist* (*narcotics* + *tourist*) ‘a person who travels to a foreign country to sample the local drugs or the indigenous narcotic plants’; *vacationary* (*vacation* + *missionary*) ‘a person who performs short-term missionary work, particularly as part of a vacation’.

Вторая группа (тема “Modes of travel”) связана с особенностями мест и действиями путешественников, а также временем, затраченным на поездку: *dark tourism* ‘tourism that involves travelling to places associated with death, destruction, or a horrific event’; *intellectual tourism* ‘tourism in which the main goal of the trip is to educate or enlighten’; *nanobreak* ‘a brief vacation, particularly one that includes just one night away from home’.

Третья группа (“Miscellaneous”) включает термины, часто имеющие косвенное отношение к сфере туризма, но неразрывно с ней связанные: *farecasting* (*airfare* + *forecasting*) ‘predicting when the price of an upcoming flight will be at its lowest’; *black-hole resort* ‘a resort that blocks all incoming and outgoing Internet signals’; *bucket list* ‘a list of activities and achievements that a person hopes to accomplish in his or her lifetime’.

Исходя из того, какое количество приведенных выше неологизмов появилось в сфере туризма за последнее время, следует отметить стремительное развитие данной области человеческой деятельности. В ходе проведенного анализа выяснилось, что наибольшая наполняемость новообразованиями происходит в ЛСГ “Modes of travel”. Это дает нам право утверждать, что благодаря Интернету и развитию рекламы появляется все больше людей, которые имеют желание путешествовать иным способом, тем самым создавая новые реалии и их наименования.

## А. Пиневская

### РЕАЛИЗАЦИЯ ИНВЕКТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В ДЕБАТНОМ ДИСКУРСЕ

В контексте политической и социально-экономической ситуации в современной Германии роль дебатных выступлений политиков становится все более актуальной. Гипотетически можно допустить возможность инвективизации политического дебатного дискурса, степень которой, на наш взгляд, детерминирована многими факторами, прежде всего актуальностью и остротой тематики, а также политическими и социально-экономическими взглядами оппонентов. При этом, как показывает фактический материал, существуют различия между системными и скрытыми, завуалированными, инвективами. Так, например, в выступлении представителя партии «Альтернатива для Германии» Штефана Бранднера очевидной дискредитации оппонентов не наблюдается. Такие слова, как *Hass*, *Rassismus*, *Hetze*, *völkisch* с системной отрицательной коннотацией сами по себе не направлены на дискредитацию кого-либо: *Hass- heftige Abneigung; starkes Gefühl der Ablehnung und Feindschaft gegenüber einer Person, Gruppe oder Einrichtung; Rassismus- 2. dem Rassismus entsprechende Einstellung, Denk- u. Handlungsweise gegenüber Menschen anderer Rassen oder auch Völker. Hetze- (abwertend) unsachliche, gehässige, verleumderische, verunglimpfende Äußerungen u. Handlungen, die Hassgefühle, feindselige Stimmungen und Emotionen gegen j-n, etw. erzeugen; völkisch (nationalsoz.) ein Volk als vermeintliche Rasse betreffend; zum Volk als vermeintliche Rasse gehörend*; инвективизация воспринимается лишь в рамках дискурса – контекста и знания ситуации: *Machen sie was Gutes daraus und vermeiden sie bitte in den anschließenden Reden die vier deutschen Worte: Hass, Rassismus, Hetzte. und völkisch, meine Damen und Herren. Ich bin gespannt. Herumgebrüll lässt ja schon einiges befürchten, muss ich sagen.*

По мнению автора, оппоненты не смогут обойтись без этого набора слов и их выступления будут достаточно предсказуемы. Лексическая единица со сниженной стилистической окраской *Herumgebrüll* (*ugs.abwertend: Geplärre, Geschrei*) выражает полное пренебрежение к высказываниям представителей других партий, их политической позиции и манере вести дискуссию.

## А. Полукошко

### СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕОЛОГИЗМОВ В СФЕРЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Изменения, затрагивающие разнообразные аспекты жизни общества, находят свое отражение в языке. Одной из самых динамично развивающихся сфер сегодня являются информационные технологии. Существует мнение, что другие области человеческой деятельности с трудом могут составить конкуренцию количеству новообразований в этой сфере.

Нами было отобрано 50 неологизмов, связанных именно с этой тематикой, из онлайн-словаря новой лексики «Word Spy». Анализ лексического материала позволил выделить 4 семантические группы.

Группа “Internet Communications” ‘интернет-коммуникации’ охватывает способы осуществления виртуальной коммуникации, а также манеры и особенности ее осуществления. Например, *smexting* ‘sending text messages while standing outside on a smoking break’; *MoSoSo* ‘programs that enable you to use your mobile phone to find and interact with people near you’; *drailing* ‘composing and sending an embarrassing email message while inebriated’.

Группа “Participants of the Internet Communications” ‘участники интернет-коммуникации’ включает в себя разновидности интернет-пользователей и их характеристики. Например, *GAFa* ‘the corporations Google, Apple, Facebook, and Amazon viewed as a group, particularly one that wields significant power and influence in modern affairs’; *get-rich-click* ‘relating to people who want to get rich either through online investing or by creating an internet-related business’; *sharent* ‘a parent who shares too much information about his or her children’.

В группу “Social Networking” ‘социальные сети’ были включены неологизмы, связанные с использованием социальных сетей. Например, *facebook facelift* ‘cosmetic surgery designed to improve how a person looks in photos posted to social networking sites’; *selfeet* ‘a photo of one’s shoes or one’s bare feet’; *thumbstopper* ‘an eye-catching or compelling item that makes a person stop scrolling through a list of posts, particularly when using the thumb to scroll a touchscreen device’.

В группу “Miscellaneous” ‘разное’ вошли отдельные явления, связанные с использованием информационных технологий, абстрактные понятия, а также описания мира вне интернет-реальности. Например, *meatspace* ‘the flesh-and-blood real world, the opposite of cyberspace’; *juvenoia* ‘the baseless and

exaggerated fear that the Internet and current social trends are having negative effects on children’; *netlag* ‘what the internet is said to be suffering from on the days when response times and download times are slower than usual’.

Таким образом, компьютерные технологии обладают практически неограниченными возможностями, которые увеличиваются едва ли не каждый день. Именно поэтому неологизмы в компьютерной лексике будут и впредь являться объектом пристального внимания лингвистов.

## К. Попкович

### ФРЕЙМОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ПРОТИВОПОЛОЖНОСТЬ»

Окружающий мир – сложная система разнообразных связей и отношений, в частности, отношения противоположности, лежащей в основе языковой антонимии – объекта нашего исследования.

В работе языковая антонимия рассматривается с точки зрения когнитивной лингвистики, центральным понятием в которой является *концепт*, интерпретируемый как сложное ментальное образование, как своеобразный ступок культуры, хранящийся в нашей памяти в виде фреймовой структуры, т.е. структуры знаний об объекте или о какой-либо типизированной ситуации, состоящей из отдельных терминальных узлов (слотов).

В ходе исследования нами было выделено 1 254 глагольных оппозиционных пар. Если рассматривать эти оппозиции как структурные единицы одного фрейма «противоположность», то можно констатировать, что данный фрейм состоит из 11 слотов:

- 1) придание ↔ изъятие (547 пар, 44 %),
- 2) начальность ↔ финальность (190 пар, 15 %),
- 3) приближение ↔ удаление (159 пар, 13 %),
- 4) закрывание ↔ открывание (115 пар, 9 %),
- 5) соединение ↔ разъединение (93 пар, 7 %),
- 6) в/внутри ↔ изнутри/из ограниченного пространства (62 пары, 5 %),
- 7) вверх ↔ вниз (39 пар, 3 %),
- 8) увеличение объема/уровня ↔ уменьшение объема/уровня (25 пар, 2 %),
- 9) вперед/вперед/заранее ↔ за/назад/позади/позднее (12 пар, 1 %),
- 10) положительность ↔ отрицательность (6 пар, 0 %),
- 11) согласие/признание ↔ отмена/отказ (6 пар, 0 %).

Каждый слот реализуется в языке разными структурными единицами: префикс + основа, полупрефикс + основа. При этом противопоставление выражается в разных дихотомиях: префикс ↔ префикс, префикс ↔ полупрефикс, полупрефикс ↔ полупрефикс.

## В. Прихач

### ЭКСПЛИКАЦИЯ КОНЦЕПТА «ВРЕМЯ» ЛЕКСИЧЕСКИМИ СРЕДСТВАМИ РУССКОГО ЯЗЫКА

Изучение лингвистами таких глобальных и универсальных концептуальных категорий, как время, направлено на установление важнейших смысловых компонентов, обусловленных общими законами когниции, а также выявление специфических для каждого языкового коллектива черт, обусловленных структурными особенностями языков и своеобразием культурного опыта их носителей.

Можно полагать, что в русскоязычной картине мира оптимальным номинативным средством категории «время» является существительное *время*, этимологически берущее свое начало от индоевропейского глагольного корня *vert-/vort-* ‘поворачивать, вращать’ и проявляющее свое первичное значение, связанное с идеей повторяемости, цикличности, регулярности, в выражениях *на крещение, круглый год*.

На основе данных словарей и корпусов текстов была выделена тематическая группа с гиперонимом *время*, насчитывающая 303 ЛЕ, из них – 28 ЛЕ с основным темпоральным семантическим компонентом: *момент, срок, период, год* и т.д.

Анализ тематической группы слов с вершиной *время* дает основание полагать, что категория времени рассматривается сознанием в качестве вторичной по отношению к категории пространства – время описывается в терминах атрибутов пространства: как и пространство, время имеет протяженность (*долгое время*); как и пространство, время определяется в оппозициях «близко–далеко»: (*близок тот момент, далекое прошлое/будущее*); «вперед–назад»: (*немного лет тому назад, впереди еще много времени*).

В сочетаемости с глаголами существительное *время* выступает как субъект и представляется как нечто, способное к совершению действий: *время уходит, истекает*. Время также накладывает на нас обязательства, и само выполняет определенные функции: *время поджигает, терпит*. Быстротечность времени можно сравнить с полетом птицы (*время летит*), бегом живого существа (*время бежит*), потоком реки (*время течет*). Во фразеологии время также выступает как активный участник происходящего: *Время делает свое дело; Время лечит; Время не ждет; Время не щадит*.

В качестве объекта существительное *время* также выступает как живое существо (*убить время*) или ценная вещь (*терять/найти время*). Ценность времени имплицитно выражается в когнитивных метафорах и ФЕ: *Время–деньги; Потратить время впустую; Времени в обрез*. Время имеет материальные признаки (*примета времени*) и само выступает в качестве указателя (*время указывает*).

Таким образом, в сочетаниях абстрактное существительное *время* в русском языке персонифицируется, уподобляется ценной вещи или такому природному объекту, как река, имеет направленное движение и измеряется, как и пространство, определенными отрезками от одной точки отсчета до другой.

**М. Радионова**

## ПОНЯТИЕ «ЗДОРОВЬЕ» В ФРАЗЕОЛОГИИ НЕМЕЦКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

Тот факт, что здоровье относится к основополагающим ценностям человеческого общества, обуславливает огромный интерес исследователей к проблемам репрезентации понятия «здоровье» в национальных языковых картинах, в том числе и с лингвокультурологической точки зрения. Особенно показательным в этом отношении отражение данного понятия в фразеологическом и паремиологическом фонде языка. Фразеология, являясь «зеркалом жизни нации», и ее составная часть паремиология наиболее полно отражают видение мира тем или иным народом, его историю, культуру, быт, обычаи, традиции, ценности.

В современной литературе состояние здоровья описывается главным образом на основе физических, психических и душевных признаков. Можно выделить также второстепенные признаки – активность и внешность. Кроме этого, изучение языкового материала выявило большое количество фразеологизмов, отражающих изменение состояния здоровья: потерю здоровья, восстановление, а также восприятие здоровья как богатства.

В английской культуре мерилom физического здоровья человека выступает здоровье *лошади* и *быка*: (*as*) *strong as a horse / as an ox* ‘здоров как бык’. В немецком же языке здоровый человек ассоциируется с *медведем*, который символизирует воскресение, новую жизнь, так как он появляется весной из берлоги с медвежонком: *gesund / stark wie ein Bär* ‘здоров как бык’.

Фразеологизмы со значением психического здоровья обычно содержат компоненты *mind/senses* в английском языке: *be in one's (right) mind* ‘находиться в здравом уме и твердой памяти’ и компоненты *Sinn/Sparren* в немецком: *Herrn seiner Sinne sein* ‘владеть рассудком’.

Душевное здоровье характеризуется в английском языке при помощи метафор: *bob up like a cork* ‘воспрянуть духом’. В немецком же слова употребляются в прямом значении: *j-n bei Laune halten* ‘поддерживать хорошее настроение, хорошее расположение духа в к-л.’

Активность передается на языковом уровне указанием «вверх», поскольку в отсутствие болезней тело имеет вертикальное положение: *at the peak / auf der Höhe sein* ‘хорошо себя чувствовать’. Показателем здоровой внешности в обоих языках является свежесть и цвет лица (розовый): *frische Farbe haben* ‘иметь свежий цвет лица’, *fresh as a daisy* ‘свежий как огурчик’.

В обоих языках существует много пословиц, возвышающих здоровье над богатством. Возвышение в английском выражается предлогом *above*, а в немецком – *über* со значением ‘над’: *Health is above wealth / Gesundheit geht übers Reichsein* ‘Здоровье важнее (дороже) богатства’.

Как видно из приведенных примеров, в фразеологии изучаемых языков процесс репрезентации понятия «здоровье» имеет как специфические, так и универсальные признаки.

**Ю. Рогалевич**

### СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКИХ И РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С ЦВЕТОВЫМИ КОМПОНЕНТАМИ ‘ЧЕРНЫЙ’ И ‘БЕЛЫЙ’

Язык не только историческая память каждого народа, это еще и средство для общения. Чтобы достичь полного взаимопонимания, яснее и образнее выражать свою мысль, человек в своей речи использует фразеологизмы. Цветофразеологизмы широко распространены во фразеологии различных языков. Во многих случаях они подвержены процессу переосмысления. Предметом нашего исследования являются фразеологизмы с цветовым компонентом ‘черный’ и ‘белый’.

Психология восприятия черного цвета. Этот цвет обладает парадоксальными свойствами: вызывает чувство защищенности, утешения, но может выражать агрессивность, протест, негативизм. Черный цвет дает ощущение веса и глубины. Людям кажется, что фигуры черного цвета весят больше, чем такие же фигуры белого цвета. В культурном контексте черный цвет символизирует зло, что подтверждают такие метафоры, как *черный список*, *черная полоса*, *eine schwarze Brille aufsetzen* ‘видеть все в черном цвете’. Только в немецком языке встречаются такие фразеологизмы, как *schwarze Zahlen schreiben* ‘прибыль’, *ins Schwarze treffen* ‘попасть в яблочко’. Только в русском есть такая метафора, как *черный вход* ‘непарадный’.

Психология восприятия белого цвета. Белый цвет обладает особенностью зрительно увеличивать пространство. С ним связаны положительные ассоциации: белый голубь символизирует мир, белый флаг – перемирие, спасителем обычно бывает рыцарь на белом коне. Белый цвет символизирует чистоту, невинность, добро и истину. Древние греки считали, что если спать в белой одежде, то сны будут приятными. В русском менталитете с белым цветом, как и с черным, связано немало разных поверий. Так, белая баба считалась предвестницей несчастья. А вот белый дедушка, наоборот, делал, по мысли русского народа в старину, только добро и помогал. Общим фразеологизмом с цветовым компонентом ‘белый’ для обоих языков является *weißer Terror* ‘белый фронт’. Только в русском встречается такой фразеологизм, как *доводить / доходить до белого каления*.

Таким образом, модели построения фразеологических единиц русского и немецкого языков в основном совпадают. Закрепление символических значений за отдельными цветообозначениями обусловлено, как правило, действием факторов экстралингвистического характера. Расхождения в значениях цветовой символики исследуемых языков отражают особенности фольклорных традиций, религиозных воззрений, в отдельных случаях они связаны с влиянием литературы. В семантическом содержании цветообразования в фразеологии исследуемых языков черты различий преобладают над чертами сходства.

**Е. Рубан**

## КАК ПОНЯТЬ АНГЛИЙСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ СФЕРЫ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Появление новых слов в сфере интернет-технологий происходит стремительно, что ставит перед пользователями задачу понять их значение, а перед переводчиком – еще и найти адекватный перевод. Показательно, что в русских сообщениях часто можно встретить эти неологизмы без перевода в оригинальном английском написании. Определенную помощь в их понимании кроме контекста может оказать рассмотрение их структурных особенностей. В нашей выборке встретились следующие способы словообразования новейших неологизмов.

- Аббревиатура: *GIF* (2012) – *Graphics Interchange Format* ‘формат для обмена изображениями’. Никто не знал, как правильно его произносить, пока в 2018 г. его создатель Стив Вилхит не подтвердил, что произносить следует [ˈjɪf], а не [ˈɡɪf]: ... *it should be pronounced “jif,” like the brand of peanut butter, rather than with a hard G sound.*

- Акроним: неологизм *E-commerce* (2010), образованный от слов *electronic* и *commerce*, означает различную торговлю в интернет-пространстве.

- Аффиксация: неологизм *Websiting* (2016) возник в сфере программирования, означает процесс загрузки, изменения и разработки сайта. Он образован путем добавления суффикса *-ing* к слову *website*.

- Конверсия: в 1984 г. с появлением электронной почты появилось существительное *inbox*, означающее данное явление. С 2012 г. оно намного чаще употребляется в значении ‘отправить сообщение’, напр.: *Inbox me!*

- Контаминация: в слове *a tweep* (2016) можно наблюдать слияние слов *twitter* и *peer* и догадаться о его значении – ‘человек, использующий социальную сеть Twitter для отправки и получения сообщений’.

- Префиксация: неологизм *to unlike* (2013) (не путать с *unlike* ‘в отличие от’) образован с помощью отрицательного префикса, а также путем конверсии и смещения значения. В социальных сетях, на веб-страницах и форумах глагол используют в значении ‘убрать «лайк», который уже был поставлен’.

•Сдвиг значения: слово *avatar* в английском языке существует с XVIII века, заимствовано с хинди от санскритского слова *avatara*, которое использовалось для описания происхождения божества в земной форме. В 2010 г. слово приобрело нынешнее значение – ‘главная фотография в социальных сетях’.

•Сложение: *paywall* (2015) = *pay* + *wall* – это название специальной программы, которая препятствует доступу к определенному контенту, если пользователь не заплатил за подписку. Его можно рассматривать как синоним к выражению *ограниченный доступ*.

•Сокращение: *autofail* (2017) – ошибка в тексте, которая была допущена не самим человеком, а автоматическим программным обеспечением для исправления или проверки правописания. Понять значение помогает контекст и знакомая часть слова *auto*.

## И. Рудько

### ПАРЕМИИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИИ ГЕРМАНИИ

Большой пласт паремий современного немецкого языка отражает исторические факты и события. На основании словаря немецкой идиоматики Конрада Дудена и словаря немецких поговорок Клауса Мюллера выявлено 12 поговорок, отражающих реалии эпохи Просвещения и Абсолютизма XVII– XVIII вв.

Примером может служить поговорка *Beamter auf Lebenszeit*, которая основана на введенной в начале XVIII в. привилегии пожизненного назначения чиновничества. В XVIII в. Пруссия была поделена на кантоны для вербовки рекрутов. Однако рекруты частенько уклонялись от набора, спасаясь бегством. Отсюда *unsicherer Kantontist* – человек, на которого нельзя положиться (букв. ‘ненадежный кантонист’). Пословица *So schnell schießen die Preußen nicht!* (букв. ‘Так скоро пруссаки не стреляют!’) основана на исторической реалии правления короля Фридриха Вильгельма I, создавшего огромную армию, но избегавшего военных действий. Пословица имеет значение ‘так скоро это не делается’. Фразеологическая единица *ein alter Zopf / einen alten Zopf abschneiden* (букв. ‘старая коса, отрезать старую косу’) имеет значение ‘пережиток прошлого, порвать со старыми взглядами, традициями и обычаями’. Прусский король Фридрих Вильгельм I ввел в армии мужскую прическу с косичкой сзади, которая на долгие годы оставалась реликтом и символом реакции, реставрации.

Таким образом, можно констатировать, что в паремиях этого периода отражены в основном «негативные маркеры», связанные с реакционной политикой Пруссии либо негативным отношением народных масс к реформам эпохи Просвещения. Объективно допускаемые «позитивные маркеры» эпохи Просвещения не нашли отражения в системе паремий.

Е. Сергей

## НЕКОТОРЫЕ ЛАКУНАРНЫЕ ЕДИНИЦЫ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Язык, безусловно, является важным компонентом культуры любой страны. В культурологической литературе он чаще всего оценивается как зеркало души. Важную роль в формировании лексического состава языка играют традиции, обычаи, национальный характер, мораль, система норм и ценностей, картина мира человека. Язык – это копилка культуры, вбирающая все знания, умения, материальные и духовные ценности нации. Существенный вклад в понимание связи языка и культуры внесла лингвистическая теория Сепира – Уорфа, согласно которой язык является не просто инструментом для воспроизведения мыслей, он сам формирует наши мысли, мы видим мир так, как мы говорим.

При сопоставлении лексики, используемой различными народами, можно обнаружить пробелы, своего рода «белые пятна» в семантике того или иного языка. Такие явления называются *лингвистическими лакунами*, наличие которых связано с отсутствием словарного эквивалента в одном из сопоставляемых языков. Несмотря на то, что разные народы могут быть окружены одной и той же объективной реальностью, в их языках находят отражение не всегда совпадающие стороны действительности. Помимо весьма своеобразного языкового членения объективного мира каждым народом, наличие лакунарных единиц может быть обусловлено и специфическими реалиями, социальными процессами, образом жизни людей. Например, в русском языке мать мужа – это *свекровь*, а мать жены – *теща*, отец мужа – *свекор*, отец жены – *тесть*. В английском языке такой дифференциации не наблюдается. Существительные *mother-in-law* и *father-in-law* обозначают родителей супругов, не уточняя, о чьих родителях идет речь.

Анализ ЛСГ «Цвета и оттенки» выявляет наличие в русском языке довольно значительного количества оттеночных пустот. Названные одним словом в английском языке, в русском языке они чаще всего обозначаются сложными словами, пишущимися через дефис. Всего методом сплошной выборки нам удалось выявить 28 русских лакун, связанных с цветом, например: *dun* ‘серовато-коричневый цвет’, *firefly* ‘густой желтовато-красный цвет’, *foxiness* ‘красно-бурый цвет’, *grain-colour* ‘ярко-красная краска’, *gunmetal* ‘серый цвет с красноватым отливом’, *ivory* ‘цвет слоновой кости’. При этом в английском языке в данной ЛСГ было выявлено только две оттеночные лакуны – *голубой* ‘light/skyblue’, *фисташковый* ‘pistachiogreen’.

Также большое количество лакун дает сопоставление ЛСГ «Еда и напитки» и «Образование и воспитание». Данный факт объясняется проявлением национальных черт в номинации понятий, чаще всего употребляемых в повседневной жизни, а также явлений, присущих только конкретному этносу, поэтому им соответствуют лакуны в других языках.

Д. Сивацкая

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КИНОРЕЦЕНЗИИ

Исследования Д. Д. Брежневой, Д. А. Васильева, С. Н. Пензина, А. А. Тертычного, А. Г. Башкатовой, О. А. Фоминой подтверждают, что кинорецензия признается одним из самых сложных видов жанра журналистики. Главной целью кинорецензии является влияние на целевую аудиторию, особенно на ее социальные и морально-нравственные взгляды. Кинорецензии выполняют информирующую, экспрессивную и интерпретативную функции, которые нацелены на получение обратной связи от адресата. Исследователи подчеркивают значимость адресата в кинорецензии и выделяют три типа: *адресат-профессионал*, *адресат-полупрофессионал*, *адресат-непрофессионал*. Изучив потребности адресата, рецензент анализирует фильмы, отображая основную идею для привлечения внимания целевой аудитории.

Композиционная структура англоязычных кинорецензий включает следующие компоненты: заголовок, подзаголовок (лид), вступление с элементами оценки, информационную часть с элементами анализа, оценочно-аналитическую часть, заключение. Она играет важную роль, так как рецензент использует стратегии привлечения внимания целевой аудитории, анализирует сюжетную линию того или иного произведения, знакомит аудиторию с актерским составом, оценивает фильм по достоинству и позволяет адресату правильно понять основную идею фильма.

Как показало проведенное исследование, категория оценки выступает важнейшим структурным компонентом в жанре англоязычной кинорецензии. Лингвистический аспект оценки составляет совокупность средств и способов ее выражения – лексических, морфологических, синтаксических. Лексические особенности заключаются в использовании кинематографической терминологии, а также терминов, связанных с тематикой фильма, клишированных словосочетаний и штампов, эмоционально-оценочной лексики, книжной лексики, фразеологизмов, иностранной лексики, сленга и коллоквиализмов, окказионализмов, что позволяет автору дать объективную профессиональную оценку и привлечь внимание адресата, воздействовать на мировоззрение публики.

Морфологические особенности (использование сравнительной и превосходной степени прилагательных, личного местоимения второго лица *you* и притяжательного местоимения *your*, местоимений первого лица множественного числа *we* и *our*, местоимения первого лица единственного числа *I* и *my*, а также местоимения и формы глаголов в первом лице единственном числе, междометий) помогают рецензенту установить контакт с адресатом.

Синтаксические особенности (употребление риторических вопросов, вставных конструкций, побудительных высказываний) позволяют адресату верно интерпретировать сообщение.

**А. Сопиева**

## СЕМАНТИЧЕСКАЯ ДЕРИВАЦИЯ КОЛЛОКВИАЛЬНЫХ ГЛАГОЛОВ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Цель данной работы – осуществление на основе принятой методики анализа коллоквиальных глаголов, описание путей возникновения коллоквиальных лексико-семантических вариантов – ЛСВ(К) – в результате переосмысления общеупотребительных, стилистически нейтральных лексико-семантических вариантов – ЛСВ(Н) – многозначных глаголов.

Проведенный анализ показал, что самым продуктивным способом формирования разговорного интерперсонального значения является метафорический перенос, основой которого служит наличие у референтов общих черт, выявляемых путем сопоставления: форма, расположение, функции: *eintropfen* ‘капать, вводить по капле’ → ‘внушать, вдалбливать’; *katzbuckeln* ‘выгибать спину (о кошке)’ → ‘низко кланяться’ → ‘низкопоклонничать, подхалимничать, угодничать’. Ведущей чертой коллоквиальной метафоризации выступает антропоцентричность, то есть все переносные значения формируются путем использования признаков внешнего, внутреннего и функционального сходства по отношению к человеку.

Источником формирования коллоквиальной специфики межличностных глаголов являются также метонимические сдвиги. Суть метонимической деривации заключается в переносе наименования с одного явления на другое на основании импликационной связи, существующей между объектами окружающей действительности. Механизм семантических преобразований при метонимизации сводится к следующему: архисема ЛСВ(Н) переходит в разряд детерминирующих сем ЛСВ(К), который приобретает в свою очередь новую архисему; при этом не происходит нейтрализации сем в отличие от метафоризации: *bammeln* ‘дрожать от страха’ → ‘бояться, пугаться’; *verdeutschen* ‘сказать, объяснить по-немецки’ → ‘объяснить, разъяснить простым, доступным языком’.

Возникновение новых значений слов – это результат определенных процессов, происходящих в языке или в окружающем мире. Они не только оказывают влияние на нашу речь и языковую систему, но и отражают языковую картину мира носителей языка.

**В. Спарш**

## ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (на материале имен прилагательных)

Лексические средства, которые используются для обозначения низкого интеллектуального уровня человека, вызывают большой интерес в лингвистике в силу целого ряда причин, в том числе по причине их коммуни-

кативной значимости. Интеллект предполагает наличие у человека, прежде всего, определенной психической, когнитивной и биологической макро-структуры, включающей сознание, память и т.д. Интеллектуальная способность связана со многими другими способностями (познавать, учиться, логически мыслить, решать задачи и др.), определяющими в конечном итоге генотип личности.

Степень этого комплекса интеллектуальных способностей у человека различна, и ее пытаются объективно измерить в психологии и медицине или субъективно оценить и выразить лексическими средствами в быту.

Субъективно оценивая интеллектуальные способности вполне здорового человека, говорящий, пытаясь нанести оскорбление, приравнивает их к уровню

1) интеллектуальных способностей больных интеллектуальными расстройствами людей, умственно отсталых (*idiot* ‘идиот, дурак’, *brain dead* ‘с одной извилиной’);

2) душевно больных, сумасшедших, не способных здраво мыслить и вести себя (*mad* ‘лишенный разума’, *barmy* ‘помешанный, безумный’);

3) крайне глупых с низким IQ людей, не способных к обучению, заключениям, беспредельно доверчивых (*He is so dumb you can sell him the Brooklyn Bridge* ‘Он настолько глупый, что ему можно продать даже Бруклинский мост’) или упрямых (*dull* ‘глупый’, *obtuse* ‘тупоголовый’);

4) наивных, необразованных, обычно, деревенских людей (*country bumpkin* ‘пошехонец, простой человек’).

Прилагательные отрицательной оценки интеллектуальных способностей человека в большинстве своем являются производными от прилагательных положительной оценки. Как показали результаты дефиниционного анализа, показателями отнесенности прилагательных к группе отрицательной интеллектуальной оценки служат следующие слова и выражения: *very stupid*; *not intelligent*; *without intellect*; *mentally ill*; *lacking intelligence*; *without intellectual power*; *no ability to function physically, mentally, socially*. Кроме того, отрицательная оценка интеллектуальных способностей в лексикографических словарях выражается при помощи отрицательных аффиксов, прибавляемых к прилагательным положительной интеллектуальной оценки, – префиксов *un-* (*unintellectual*, *unintelligent*); *in-* (*insane*); *non-* (*non-understanding*), а также суффикса *-less* (*mindless*).

## **А. Тройчук**

### **ИМПЛИЦИТНЫЕ СРЕДСТВА ОЦЕНКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ФИНАНСОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ**

В современной лингвистике актуально исследование проблемы имплицитного в высказывании, когда на первый план выходит подразумеваемое, а не вербализуемое человеком, так как именно импликационал высказывания содержит его главный смысл. В лингвистической научной парадигме

имплицитность закономерно связывается с понятием *подтекста* как результата имплицирования информации. Адресант может намеренно ввести в сообщение имплицитное содержание для реализации прагматических установок, когда необходимо оказать определенное когнитивное воздействие на участников переговоров.

В текстах дискурса финансового контроля с лингвистической точки зрения важна скрытая оценка, выражаемая при помощи языковых средств и речевых приемов. Наиболее распространенными средствами внедрения в текст имплицитности являются фразеологизмы, идиомы, метафоры, клише. *How to "fit in" the budget estimates in the preparation of international competitions and to turn football stadiums from "white elephant" into the working "gazelle" with regular games on the field and a large audience of fans?* Употребленные в тексте метафоры *a white elephant* 'то, что стоит больших денег, но не имеет практической ценности' и *a working gazelle* 'что-либо действенное, приносящее результаты' не дают явную оценку, но содержащаяся в них образная информация создает необходимый эффект у участников переговоров.

Негативная оценка определенной ситуации, скрытая в высказывании, передается при помощи идиоматического выражения *to remove the dust of bygone days*: "*he had nothing to tell anything new for the guests, only to remove the dust of bygone days*".

Контекст является одним из механизмов формирования нужной оценки в нейтральной номинации. Оценка закладывается не в сему номинации, а эксплицируется в ее словесном окружении. *However, even in the third year of implementation there are still opportunities for further improvement.* В этом контексте *still* приобретает негативную окраску, докладчик выражает, что результаты работы компании не полностью удовлетворяют его.

Таким образом, в докладах чаще всего используются метафорические и идиоматические выражения, основанные на общекультурных ценностях, на общеизвестных истинах и понятиях из различных сфер человеческой жизни. Заложенные в них имплицитные оценки относятся к разряду конвенциональных, то есть их интерпретация не отличается высоким уровнем субъективности.

**Н. Туровец**

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПЕРЕДАЧИ ЭМОЦИОНАЛЬНО-  
ОЦЕНОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ  
(на материале немецкого языка)

Новостной дискурс представляет собой одну из составных частей дискурса СМИ и служит информированию населения о событиях чрезвычайной важности. При этом предлагаемая информация должна быть

актуальной, достоверной, содержать элемент неожиданности, возможно, даже сенсационности. Однако перечисленные требования не исключают использования авторами выразительных средств в медиатекстах новостного дискурса, с целью изучения которых мы обратились к программам Tagesschau и Tagesthemen на телеканале Erstes Deutsches Fernsehen компании ARD, медиаплатформа которой объединяет несколько телеканалов, телетекст и одноименный сайт. Временная протяженность проанализированных телематериалов составила более пяти часов.

В медиатекстах отсутствует предвзятость, доминирует деловая тональность, минимизированы комментарии и эмоционально-оценочная информация. Последняя позволяет корреспондентам не только оживить довольно «сухой» новостной текст, но и в некоторой степени обозначить свою позицию, представить чье-либо мнение со стороны. Наиболее эффективными являются в этом плане фразеологические единства, обладающие образностью и частичной мотивированностью: *die Luft ist raus* ‘потерять значение, актуальность’, *mit harter Hand regieren* ‘жестко, энергично править’, *wie gerufen kommen* ‘прийти очень кстати’, *aus dem Trockendock holen* ‘достать из заглазника’. Фразеологические сочетания (*kein Kompromis*, *kein Deal schließen*, *Maßnahmen ergreifen* и т. п.) выполняют скорее текстообразующую, а не эмоционально-оценочную функцию. Фразеологические сращения не были представлены в нашем материале, полагаем, в силу того, что их немотивированность усложняет восприятие адресатом, с одной стороны, а с другой – их принадлежность к разговорному языку не соответствует стилистическим требованиям новостного дискурса. В изученном нами материале авторы использовали также в своих комментариях сравнения, не являющиеся устойчивыми единицами языка, авторские сравнения. Однако они играют немаловажную роль в передаче оценочной информации в медиатекстах новостного дискурса: *Auf einem engstem Raum wie in einem Gefängnis leben* ‘жить в тесном пространстве как в тюрьме’ “*Unternehmer und Kapitalgeber bedürfen einander wie die Henne und das Ei*” ‘предприятия и инвесторы нужны друг другу как несущим яйца’.

**Е. Хлусевич**

## ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИКИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВАРИАНТОВ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА

Региональный вариант, или этнолект, – это территориальный вариант языка, развивающийся независимо от языка-оригинала в силу политической самостоятельности и/или географической удаленности. Испанский язык имеет определенные фонетические, грамматические и лексические различия в странах Латинской Америки, где он является официальным, в США и даже в разных областях Испании. Этнолекты испанского языка можно классифицировать на *нуклеарные* (внутренние, исторические, метропольные)

и *периферийные* (в прошлом колониальные). К н у к л е а р н ы м этнолектам испанского языка можно отнести кастильский (*castellano*), развившийся на территории бывшего королевства Кастилия и являющийся официальным вариантом в настоящее время, а также риохский, арагонский, чурро, каталанский, галисийский, мадридский, ламанчский, валенсийский, мурсийский, андалузский и канарский. Для каждого из них характерны свои особенности, прежде всего, на уровне лексики.

Рассмотрим некоторые примеры из галисийского и мадридского этнолектов. Из личного общения с носителями языка из данных регионов мы узнали о существовании слов, характерных исключительно для Галисии или Мадрида, имеющих эквиваленты в официальном (кастильском) варианте. Например, тоску по родине галисийцы называют *morriña*. Эта лексическая единица характерна исключительно для галисийского варианта и имеет сложную семантику, в состав которой входят значения ‘страстное желание’, ‘тоска по чему-то, что могло бы возвратиться’. Т.е. мы видим, что значение слова *morriña* гораздо глубже, чем у слов *nostalgia* и *añoranza* (кастильский этнолект), и считать их эквивалентами можно лишь условно, т.к. последние описывают лишь часть общего значения галисийской лексической единицы.

В мадридском этнолекте наручные часы называют *peluco* (кастильский – *reloj*). Слово происходит от *pelucos*, названия монеты в 8 эскудо с изображением короля Филиппа V Бурбона в парике. Этим же словом стали называть всё богатое, роскошное. Цыгане так называли карманные часы, которые были в то время большими и дорогими, а затем слово распространилось на любые часы.

Существование разных слов для обозначения одних и тех же понятий в разных областях страны может быть объяснено этнической неоднородностью, историческими факторами, а также определенной политической независимостью автономных сообществ. В результате разной интерпретации и адаптации слов латинского языка, а также исторического контакта с разными народами (французами, цыганами, арабами) испанский язык разных областей Испании обогатился новыми словами, которые претерпели определенные преобразования в зависимости от региона и положили начало существованию внутренних этнолектов, не являясь при этом помехой для коммуникации жителей разных регионов.

## Е. Шахрай

### ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА «ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ»

Концепт «чемпионат мира по футболу» (или «мундиаль») сохраняет свою актуальность в связи с проходившем в России в 2018 г. чемпионатом (более 22 млн ссылок на различные ресурсы, в поисковой системе «Яндекс» – около 87 млн результатов). Отметим большое количество англоязычных определений понятия “World Cup”, напр.: *The FIFA World Cup, often simply called the World Cup, is an international association football competition...*

Ядром определений является идея соперничества: *competition, compete, determine the sport's world champion* – это наиболее частотные элементы. Чемпионат представляют как борьбу (*competition, match for this trophy, teams compete*), состязание (*competition, tournament, championship*) между противоборствующими командами (*teams, contestants*), где главной целью выступает выявление победителя (*in order to decide which is the best team, compete to determine a world champion*), периодичность проведения (*quadrennial, every four years*), географический аспект (*regional winners, the defending champion, the host country team, many countries*). В дефинициях упоминаются руководящие органы мероприятия, что также является ядром концепта (*members of the Fédération Internationale de Football Association*).

В определениях присутствуют и периферийные элементы: чемпионат показывается как праздник (*the most popular sporting event, billions of television viewers*); перечисляются команды, принимающие участие в состязании (*regional winners, the defending champion, the host country team*). Дополнительной информацией служит упоминание о зрителях как непосредственных участниках этого события (*billions of television viewers*).

В словарях получили актуализацию следующие атрибуты:

- вид спортивного соревнования (*competition, championship, tournament, event*) и вид спорта (*football, soccer*);

- соревнующиеся стороны (*senior men's national teams, national teams, teams, two finalists, qualifying teams, regional winners*) и организаторы события (*association, Fédération Internationale de Football Association (FIFA), governing body*);

- цель (*to determine a world champion, in order to decide which is the best team*);

- широта охвата вовлеченных лиц (*international, national teams, global governing body, world champion, teams from many countries, the host country team*);

- регулярность проведения спортивного соревнования (*every four years, quadrennial*);

- победители соревнования (*world champion, the best team, finalists, regional winners, defending champion*) и награда за победу (*trophy*).

Таким образом, словарные дефиниции дают широкое определение представленного концепта, но узкое описание всего того, что непосредственно происходит на мундиале.

## **Е. Шибeko**

### **ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИЧЕСКИХ ОПИСАНИЙ В РАЗНОЯЗЫЧНЫХ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЯХ**

Одной из основных проблем лексикографии является семантическое описание лексических единиц. Ее решение 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 языков.

Д. Шишко

## ОППОЗИЦИЯ ‘KRANK – GESUND’ В НЕМЕЦКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Фразеологизмы отображают сферу здоровья во многих ее проявлениях, поэтому нам было интересно выявить, как в языке воплощается актуальность этой темы.

Для анализа было отобрано 228 фразеологических единиц (ФЕ): 46 со значением ‘gesund’ (20 %) и 182 со значением ‘krank’ (80 %), например: *eine Bärengesundheit haben, sich vor Schmerzen krümmen / winden*.

Исходя из того, что статистические данные асимметричны, можно констатировать, что аспект болезни в немецкой фразеологии зафиксирован более полно, а значит, сфера болезни является более релевантной. Это можно

объяснить так: если человек здоров, речь идет об общем удовлетворительном состоянии. Люди не указывают на какой-то конкретный орган, когда говорят о здоровье, например: *eine eiserne Natur haben*.

Если человек болен, то это, как правило, болезнь какого-либо органа или части тела. Поэтому состояние болезни часто описывается не глобально, а с указанием того органа или части тела, состояние которых не соответствует норме, например: *schwache Lungen haben, jm.auf den Magen schlagen*.

При сопоставительном анализе ФЕ со значением 'krank' и 'gesund' можно выявить следующие тенденции.

ФЕ со значением **здоровья**.

1. В структуру ФЕ входит компонент *wieder*, подчеркивающий предшествующую болезнь: *wieder in Ordnung sein*.

2. Наблюдается ассоциация с пространственным положением вверху: *wieder auf der Höhe sein, wieder obenauf sein*.

3. Типичны ФЕ, содержащие сравнение: *Eine Gesundheit wie ein Bär haben* (что в «болезни» не встречается)

4. Часто во ФЕ встречаются существительные *Kräfte, Schuß, Damm, Gesundheit*, например, *Noch/wieder...bei Kräften sein*.

ФЕ со значением **болезни**.

1. В структуру ФЕ входят наименования органа или части тела: *Nase, Kopf, Beine, Magen, Lungen, Augen* и др., например, *Es auf/mit der Lunge haben*.

2. В структуру входят существительные, обозначающие время: *Uhr, Zeit, Stunden, Tage*, например, *js. Uhr ist abgelaufen*.

3. Присутствует компонент *nicht ganz*: *nicht ganz auf der Höhe sein*.

4. Встречается использование вульгаризмов: *Kotzen wie ein Reiher*.

Таким образом, для описания различных видов недугов в языке имеется большее количество ФЕ, чем для описания здоровья. Для описания каждой болезни требуется больше лексических единиц, связанных с каждой частью тела и органа человека. Эта «разность» в отклонении от нормы и фиксируется языком, так как важно, в чем заключается отклонение.

## В. Янкова

### СЕМАНТИКА КОНСТРУКЦИЙ-НЕОЛОГИЗМОВ *ALDI* -[...] И [...] -*ALDI* (на материале корпусов немецкого языка)

Использование корпусов играет важную роль при проведении лингвистических исследований. Объектом данного исследования стали конструкции-неологизмы *Aldi* -[...] и [...] -*Aldi*. В конструкции *Aldi* -[...] компонент *Aldi* выступает в качестве полупрефикса, [...] -*Aldi* – полусуффикса. Источником языкового материала стал корпус немецких текстов COSMAS II. В результате отбора было выявлено 76 конструкций со вторым компонентом [...] -*Aldi* и 2205 с первым компонентом *Aldi* -[...].

Из них были проанализированы 45 лексических единиц, 30 из которых составили единицы с первым компонентом *Aldi*-[...] и 15 со вторым компонентом [...]-*Aldi*. Критериями отбора послужили частотность данных конструкторов в корпусе, а также полнота контекста, необходимая для дальнейшего анализа. Контекстуальный анализ исследуемых неологизмов позволил выявить семантические изменения компонента *Aldi* в составе конструкций. Языковой материал можно разделить на две группы: 1) конструкции, в которых компонент *Aldi* не претерпел семантических изменений, и 2) конструкции с переосмысленным компонентом.

1. Общее количество единиц первой группы составляет 14, т.е. 31 %, напр.: *Aldi-Alltag* ‘повседневность, обычный рабочий день в дискаунтере Aldi’; *Aldi-Mensch* ‘человек, который постоянно покупает товары в дискаунтерах Aldi’;

2. Количество единиц во второй группе составляет 25, т.е. 56 %, напр.: *Aldi-Bibel* ‘Библия из **искусственной** красной кожи, позолоченная, **легко читаемая, дешевая или по выгодной цене** (около 11 евро за экземпляр)’; *Aldi-Zug* ‘поезд, построенный из **дешевых** материалов и **без больших затрат**’; ‘поезд, который имеет какие-либо **технические неполадки или сбои в работе**’.

Обобщив результаты проведенного анализа, можно выделить следующие компоненты, входящие в структуру знания о дискаунтере Aldi, которые послужили основой для формирования значения конструкций *Aldi*-[...] и [...]-*Aldi*: ‘дешевый’ (42 %), ‘дискаунтер’ (13 %), ‘лидер’ (10 %), ‘имеющий технические неполадки’ (6 %).

Таким образом, количество конструкций с переосмысленным компонентом *Aldi* преобладает (56 %). Основными семантическими компонентами, которые становятся основанием для метафорических значений, являются: ‘дешевый’, ‘дискаунтер’. Все выявленные в значении конструкторов семантические признаки (кроме ‘дискаунтер’) не зафиксированы в структуре значения имени существительного *Aldi*, что дает основания констатировать становление обобщенных (новых) значений у данного компонента и о приобретении им таким образом нового статуса – полусуффикса или полуаффикса.

## Н. Ярошевич

### ЗАИМСТВОВАНИЕ В КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Заимствование представляет собой один из способов обогащения словарного состава языка, функционирующий наряду с другими путями пополнения лексики языка. Заимствование происходит различными способами: через речевую коммуникацию проживающих по соседству народов; вследствие культурных, политических, спортивных, туристических и экономических контактов, через книги и переводы.

Материалом исследования послужили единицы компьютерной терминологии современного немецкого языка, которые являются заимствованиями из других языков. Общее количество проанализированных единиц составило 100.

Предпринятый в рамках данного исследования анализ выборки заимствованных единиц, функционирующих в немецкой компьютерной терминологии, позволил зафиксировать следующие языки, из которых заимствования перешли в немецкую компьютерную терминологию: английский, французский, латинский. При этом ведущим на современном этапе развития немецкой компьютерной терминосистемы языком-донором заимствований оказался английский язык. Например, *Hacker, Hypertext, Laptop, Link, Router, Screenshot, Ultrabook, User, Virus, Webcam* и др.

Данный результат обусловлен статусом английского языка как языка международного общения, а также тем фактом, что США в настоящее время являются одним из мировых лидеров в области компьютерных и информационных технологий.

В немецкой компьютерной терминологии представлены заимствования, которые относятся к таким частям речи, как имя существительное, глагол и имя прилагательное. При этом доминирующей в корпусе фактического материала оказалась группа существительных, например, *Client, Netzwerk, Decoder, Demodulator*.

В тематическом аспекте заимствования в немецкой компьютерной терминологии используются для обозначения программного обеспечения, оборудования, различных действий и процессов, участников процессов, связанных с использованием компьютеров, программ, технологий, интернет-реалий. Доминирующей в корпусе фактического материала оказалась группа заимствований, которые соотносятся с различным программным обеспечением, функциями программ, их частями, например, *Desktop, Download, Firewall, Freeware, Hardcopy*.

Таким образом, заимствования широко представлены в компьютерной терминологии современного немецкого языка при явном доминировании англицизмов.

## **А. Ящениа**

### **СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛА “COSMOPOLITAN”**

Язык является средством человеческой коммуникации и находится в постоянном движении. В настоящий момент английский язык переживает «неологический бум». Под неологизмом, вслед за В. С. Виноградовым, мы понимаем «закрепляющиеся в языке новые слова или значения, которые называют новые предметы мысли».

Актуальность темы обусловлена непрерывным пополнением английской лексики в связи с меняющимся окружением, а также все большим распространением английского языка в мире и необходимостью дальнейшей теоретической и практической разработки проблемы.

В ходе исследования методом сплошной выборки мы отобрали 50 неологизмов в статьях женского журнала “Cosmopolitan” (2018 и 2019 гг.) в таких сферах, как «Знаменитости и развлечения» (28 %) (*insta-worthy, celeb*) и «Любовь и отношения» (28 %) (*sexting, matrimania*). Использование новых слов прослеживается в разделе «Еда» (12 %) (*froscato*); «Красота и стиль» (8 %) (*floordrobe*); «Политика» (8 %) (*flash-forward*). В разделах «Здоровье и красота» и «Гороскопы» неологизмы составили 6 % (*sexoscope, supermoon*), а в сфере «Карьера» – 4 % (*tek-savvy*). Далее, взяв за основу выбранную нами классификацию неологизмов по способу образования, предложенную Л. Гилбертом, мы провели комплексный анализ языковых единиц и установили, что наиболее продуктивным является морфологический, а именно сокращение. Из 30 слов, образованных способом сокращения, 22 были образованы слиянием, что составило 82 % (*froscato, fisappointed, daterview*). Усечению подверглись 7 слов (16 %) (*app, celeb, insta-worthy*). Способом аббревиации образовано 1 слово (2 %) (*IRL*).

Вторым продуктивным способом является аффиксация, при этом наиболее распространена суффиксация: 5 слов (56 %) (*showrunners, peacocking*). Префиксальным способом образовано 4 слова (44 %) (*supermoon, anti-nutrients*).

Третьим продуктивным способом является конверсия, а именно модель N→V (4 элемента, 62 %) (*vape, flood tweets*). По модели V→Adj образованы 2 элемента (25 %) (*post-split*), 1 элемент (13 %) – согласно модели Adj→N (*flex*).

Другие способы образования неологизмов также играют важную роль в развитии языка, однако в нашем исследовании они составляют небольшую часть из общего числа проанализированных элементов.

В результате проведенного исследования мы пришли к выводу о том, что неологизмы являются неотъемлемой частью журнала “Cosmopolitan”, в котором отражаются основные тенденции в развитии разных сфер жизни. Самыми продуктивными способами образования новых слов выступают сокращение, слияние, аффиксация и усечение.

# КУЛЬТУРОЛОГИЯ

**А. Адамович**

## ПРОБЛЕМА ХРИСТИАНСКО-ИСЛАМСКОГО ДИАЛОГА В УСЛОВИЯХ НАРАСТАНИЯ ИММИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЕВРОПЕ

Среди множества глобальных угроз и вызовов современного мира появилась новая проблема – миграция, и особенно это заметно на территории Европы. Только за один 2015 год в страны Евросоюза прибыло почти 2 млн беженцев. Сложность процесса интеграции иммигрантов-мусульман в европейское общество объясняется наличием не только этнокультурной дистанции, но и религиозными различиями между принимающей средой и иммигрантами.

Мигранты подвергаются процессу аккультурации, но взаимного влияния культур пока не наблюдается. Многие мусульмане-мигранты не хотят интегрироваться в западное культурное пространство, живут диаспорами, осуждают западный образ жизни. Культурно-ценностный разрыв усложняет процесс интеграции мусульман в европейское общество.

Усиление влияния ислама происходит на фоне дехристианизации европейских стран. Все больше молодых европейцев переходят из христианства в ислам. Среди основных причин следует назвать абсолютный рационализм этой религии. Современному человеку кажется, что религиозная истина должна быть ясна, проста и доступна рассудку любого – и ислам отвечает этим требованиям. Речь идет не только о низком по сравнению с христианством пороге того, что считается грехом, но и о фактическом отсутствии дисциплины покаяния.

Кризис, вызванный появлением миллионов беженцев в Европе, становится все острее. Поэтому, если современное европейское общество боится потерять свою культуру, оно должно вернуться к фундаменту, на котором эта культура базировалась изначально, – к христианству. Главная угроза христианским ценностям и христианской культуре – безразличие к своей вере самих христиан. Современному исламскому миру противостоит антирелигиозное западное общество. Поэтому здесь речь идет не только о конфликте цивилизаций, но и о конфликте действительно религиозной культуры и культуры пострелигиозной.

Таким образом, диалог культур между населением европейских стран и мигрантами сегодня налаживается с трудом и отягощен многими факторами. Основным является непринятие своей культуры и религии самими европейцами. Ослабление влияния христианства стало одной из причин усиления в Европе другой мировой религии – ислама. Образ жизни, мысли европейцев, их отношение к религии в их нынешнем состоянии не позволяют противодействовать исламизации. Назревающая проблема касается не только

религии, но и гражданской и бытовой сторон жизни в лишенной традиций Европе, которая отказывается от основ своей цивилизации и поклоняется только экономике и технике.

**А. Амелянова**

## ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТВОРЧЕСТВА ИСПАНСКОГО ХУДОЖНИКА ЭЛЬ ГРЕКО

Доменико Теотокопули, известный во всем мире под именем Эль Греко, что в переводе значит 'грек', родился в 1541 г. на острове Крит в городе Кандия. Он обучался в иконописной мастерской, до 1567 создавая храмовые образы по канонам византийской иконографии. Византийская культура стала одним из источников художественной манеры мастера. В 1560-х в Венеции юноша окунулся в культуру местной живописи, учился у великого Тициана. В 1570–1572 гг. Эль Греко отправился в Рим для изучения античных памятников. Ранние итальянские работы Доменико – это попытка понять новые законы глубины пространства, правильной компоновки фигур и четких пропорций («Портрет Джулио Кловио»). В Риме он погрузился в эстетику маньеризма. Линии его рисунка стали извилистыми и спиралевидными, сложным – пространство с перекрещивающимися и диагональным развитием. Присутствуют характерные для дальнейшего творчества Эль Греко искажение пропорций человеческого тела, удлиненность фигур – явное влияние искусства маньеризма («Оплакивания Христа»).

Для работ Эль Греко характерны быстрота и экспрессивность исполнения, которые приближают их к современной живописи. Большинство его произведений исполнены следующим образом: линии рисунка наносились на поверхность белого клеевого грунта, который затем покрывался имприматурой коричневого цвета – жженой умброй. Краска наносилась так, чтобы белый грунт частично просвечивал через нее. Затем следовала моделировка форм в светах и полутонах белилами, которые приобретали характерный для Эль Греко серый перламутровый тон. В тенях коричневая подготовка часто оставалась совершенно нетронутой. Поверх этого подмалежка уже наносился красочный слой, как правило, очень тонкий. Местами он состоит практически из одних лессировок, которые лишь слегка прикрывают белый грунт и имприматуру. Важную роль в технике живописи Эль Греко играет крупнозернистый холст, который активно формирует фактуру живописной поверхности. Колорит картин чрезвычайно насыщен – на красочной поверхности вспыхивают оранжевые, красные, розовые мазки различных оттенков; переливаются и мерцают оливковые, желтые, зеленые и фиолетовые одежды, выполненные лессировками. Благодаря таланту художника всё это соединяется в единой цветовой гармонии.

Поздний Эль Греко – порыв, интуиция и опыт. Тонкое осмысление и знание станковой живописи со всем арсеналом входящих в это понимание элементов: рисунка, композиции, колорита – все это было подвластно Эль

Греко. Не секрет, что многие реплики писались учениками, «школой Эль Греко», поэтому количество полотен, приписываемых Доменико Теотокопули, непомерно велико. Кроме того, сам мастер иногда писал картины не «своего класса».

**Е. Аринович**

## КОММУНИКАЦИЯ, ЕЕ ТЕНДЕНЦИИ НА ФОНЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Коммуникация – это эффективное взаимодействие, цель которого состоит в передаче и обмене информацией между субъектами в процессе общения. Она, как и любой другой процесс, подвержена влиянию самых различных факторов. Проблемы коммуникации приобретают особое значение в ситуации интенсивного развития глобализации, проявляющейся в умножении и усложнении социальных и межкультурных связей, нашедших отражение в наднациональной и надгосударственной интеграции и унификации всех сторон жизни как государств, так и их народов. На фоне глобализации все сферы общественной жизни (политика, экономика, промышленность) самых разных стран – всё больше сближаются и приобретают общие черты.

Назовем некоторые из факторов, оказывающих огромное влияние на изменения коммуникационных процессов. К ним можно отнести, в первую очередь, небывалое доселе развитие современных информационных технологий, существенно упростивших доступ к информации, что позволило обмениваться ею на огромных расстояниях, узнавать о происходящем в других странах порой раньше, чем она доходит до коренных жителей, при этом коммуникация почти целиком перешла в виртуальный мир. Люди больше времени проводят у экранов телефонов, планшетов и компьютеров, меньше общаются напрямую. Технические средства упрощают общение, предоставляя готовые формы сообщений: шаблоны, смайлики, картинки из Интернета, из-за использования которых общение теряет свою индивидуальность.

Еще одним фактором, оказывающим влияние на процессы коммуникации в настоящее время, является доминирующее распространение английского языка, что, безусловно, меняет менталитет и отношение к своим национальным языкам, активно употребляющих его народов. Если рассматривать данное явление на примере Беларуси, то можно заметить, что многие белорусы предпочитают изучение английского родному языку, что, конечно же, отрицательно сказывается на развитии последнего. Об этом говорит и резкий рост количества заимствований – так, на англо-американизмы приходится около  $\frac{3}{4}$  заимствований в белорусском языке. Из-за большого наплыва иностранной лексики всё меньше используются слова и выражения своего собственного языка, что в итоге может привести к размыванию граней между языками и исчезновению одного из них.

Многие исследователи спорят о том, к чему приведут человечество технологии, усиливающие процессы коммуникации, какие из вышеназванных изменений стоит отнести к положительным, какие – к отрицательным. Существует как оптимистичный взгляд на эти изменения, так и некоторые опасения по поводу усиления негативных проявлений под влиянием новых факторов. Точно предсказать последствия этих изменений пока не представляется возможным, всё, что мы можем сделать, это адаптироваться и идти в ногу со временем, не забывая при этом о накопленном предшествующими поколениями в своей собственной культуре.

**А. Артюх**

## СОВРЕМЕННЫЙ МИР И РЕЛИГИЯ

Религия во всех ее формах и проявлениях – величайшее явление в истории человечества. Вопрос о ее роли продолжает волновать большинство живущих на планете. Особенно остро этот вопрос встал в условиях глобальных вызовов и угроз. Это не только экологические, демографические проблемы, вопросы безопасности, но и усиление терроризма на почве религиозного и идейного фанатизма и сепаратизма, миграционная проблема. Тектонические изменения, происходящие в мире, затрагивают все стороны жизни человека. Особенно глубоко кризис затронул духовно-нравственные стороны человека. Мы являемся свидетелями религиозного ренессанса. На постсоветском пространстве произошел процесс пробуждения интереса к религиям. Но мы оказались к нему не готовы, так как у нас отсутствует какое-либо религиозное просвещение и воспитание. Если характеризовать отношение современного общества к религии, то важно учитывать некоторые тенденции религиозной динамики: рост интереса к религиозным проблемам, политизация религии, используемая в геополитических целях, что особенно проявляется в исламе.

Наиболее тревожной тенденцией является возникновение новых религиозных движений (неокультов), деятельность многих из них представляет серьезную опасность своей деструктивностью и асоциальностью. Обращает на себя внимание активное вовлечение молодежи в эти организации. Из-за того, что наш религиозный вакуум стал очень быстро наполняться миссионерами, возросло число сектантских движений, порой принимающих причудливые формы вплоть до изуверских. Сектантство в XXI в. является одной из самых тревожащих проблем современного мира. Чаще всего жертвами становятся люди, которые испытывают трудности. Чтобы избежать вовлечения в эту агрессивную затягивающую среду, крайне важно создать систему противодействия. Причем прививать ее нужно с раннего возраста, вводя в школах факультативные занятия, издавать больше популярной религиозной литературы, более активно использовать возможности СМИ.

Молодежь идет туда, где, как ей кажется, присутствует справедливость; это касается в том числе радикальных исламистских группировок. Сегодня увеличивается количество исламских партий в Европе, разрастается влияние мусульман на повседневный уклад жизни европейцев и принятие важных решений. Для политиков проблема исламизации Европы – это не то, о чем принято говорить в открытую. Однако все отмечают существующую враждебность между мусульманами и немусульманами. Острейшей проблемой является усиление фундаменталистских, экстремистских и радикальных проявлений в религиозной среде. Большинство терактов, которые произошли за последнее время в Европе, были совершены именно мусульманами. Стремление правящих кругов и оппозиции отдельных стран на Ближнем и Среднем Востоке политизировать ислам и использовать его в своей борьбе за власть все больше дестабилизирует обстановку в регионе и в мире, что требует активного противодействия.

Таким образом, чтобы выйти из глубокого нравственного кризиса, необходимо понимание и учет всех новых тенденций, наблюдающихся в религиозной сфере, создание системы религиозного просвещения и воспитания, более активного противодействия деятельности деструктивных сект.

## **М. Барановская**

### **ДРЕВНЕРУССКОЕ И ВИЗАНТИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ В АРХИТЕКТУРЕ РОССИИ XIX ВЕКА**

Отечественная война 1812 г. и последовавший за ней всеобщий подъем во многом определили развитие архитектуры России XIX века. В это время интенсивно восстанавливается Москва, пострадавшая от пожара 1812 года, завершается строительство Сенатской и Дворцовой площадей в Петербурге. Многими архитекторами той эпохи в качестве образцового избирается классический стиль. В соответствии с ним укрупняются элементы зданий, подчеркивается мощь колоннад, арок и стен. В стиле позднего классицизма были построены такие выдающиеся архитектурные шедевры как Исаакиевский и Казанский соборы в Санкт-Петербурге, Триумфальная арка в Москве и ряд других значительных сооружений.

Начиная со второй трети XIX в. архитекторы постепенно отходят от классицизма, обратив внимание на древнерусское и византийское наследие. Этому способствовали усилившиеся патриотические настроения в русском обществе, признание русско-византийского стиля воплощением преемственности православия России от Византии. Первыми постройками, выполненными в русско-византийском стиле, стали культовые религиозные сооружения. Особенно благоприятные условия для развития византийского направления в русской архитектуре складываются во второй половине XIX века. Храмы, построенные в то время, отличали плавные формы фасадов, компактный объем, одноглавые, полусферические или яйцевидной формы купола, характерная

византийская резьба архитектурных деталей. Наиболее ярко эти черты отразились в знаковых работах архитектора К. А. Тона, которому принадлежит авторство храма Христа Спасителя, Большого Кремлевского дворца и Оружейной палаты.

В начале 1870-х годов славянофильские настроения в обществе пробудили интерес к древнерусскому зодчеству, народной культуре, а также к русской архитектуре XVI–XVII веков. Сначала это направление псевдорусского стиля нашло отражение в проектах небольших деревянных домов, таких, например, как Погодинская изба в Москве. Затем оно распространилось и на монументальное каменное зодчество. В это время здания, построенные из кирпича или белого камня, обильно декорировали в традициях русского народного зодчества. Постройки стали украшать широкими колоннами, узкими окнами-бойницами, массивной ковкой, многоцветными изразцами и растительным орнаментом. Наиболее ярко это проявилось в работах архитекторов А. Померанцева, которому принадлежит создание Верхних торговых рядов в Москве, В. Шервуда – автора здания Исторического музея.

Культурные традиции Византии важны прежде всего тем, что они явились основой духовности, культурных ориентиров для российского государства. И сегодня, в период нарастающей унификации культурных ценностей, важно не потерять свою национальную идентичность, основы которой заложены византийской и древнерусской культурами.

## **К. Батуро**

### **ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ В ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ**

Этика деловых отношений предполагает обмен подарками между деловыми людьми, представителями фирм, иностранными деловыми партнерами. Поэтому главным является принцип взаимности, исключающий как слишком дорогие, так и дешевые подарки.

По правилам бизнес-этикета подарки могут делать:

- сотрудник — сотруднику;
- сотрудники — шефу;
- фирма — сотрудникам и т.д.

В цивилизованных странах безвозмездная передача любых ценностей как со стороны коммерческих структур, так и со стороны государства строго регламентирована. По мнению экспертов, с юридической точки зрения понятие «подарок» является расплывчатым и вручение подарка может быть определено как «взятка».

Наилучшим выходом в подобного рода ситуациях считается наличие у организации сувениров, подарков с фирменной символикой. Многие солидные организации создают у себя специальный подарочный фонд, который

постоянно пополняется, в подарках при этом должны присутствовать наглядные фирменные знаки. Такие подарки трудно квалифицировать как взятку или подкуп. Они оказываются уместными и при неожиданном визите.

Большой проблемой с точки зрения этикета является подарок начальству. Во многих странах не принято дарить начальнику индивидуальный подарок, это рассматривается как заискивание. Поэтому лучшим считается подарок коллективный.

Желательно, чтобы подарок был красиво упакован, даже если это недорогая вещь, поскольку именно упаковка создает у человека первое впечатление о подарке.

Чаще всего выбор или запреты при дарении подарка связаны с национальными особенностями, но существует и небольшая группа общих ограничений, характерных для культур многих народов мира, которые надо учитывать при выборе подарка. Например, не принято дарить зеркала, ножи, носовые платки и другие предметы, связанные с предрассудками о негативных составляющих этих объектов у некоторых народов.

Когда подарок принять нельзя? Когда он слишком дорогой и может быть расценен как взятка. Не рекомендуется принимать подарки в случае попытки загладить ссору, вину, когда подарки запрещены политикой фирмы.

Таким образом, к выбору подарка или сувениров нужно подходить ответственно, чтобы вас не поняли превратно и не приняли ваши искренние намерения за попытку дать взятку или подкупить партнера.

## **Е. Бичик**

### **СОВРЕМЕННЫЕ СМИ, ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВО**

Средства массовой информации – совокупность органов публичной передачи информации при помощи самых различных методов и технических средств. Когда пресса только зарождалась, появилось мнение о том, что она станет играть чрезвычайно важную роль в обществе. И сегодня мы видим, что это действительно так. СМИ не только информируют людей, о том, что происходит в данный момент в странах, в мире, но и самым серьезным образом влияют на общественное мнение, могут при этом не только убеждать, но и навязывать воззрения, все больше контролируя и подчиняя общество. Отсюда пошло выражение «кто владеет информацией – тот владеет миром».

Если углубиться в историю, то ярким примером влияния СМИ на массы является политика гласности, проводимая в СССР во второй половине 80-х годов прошлого века. До того времени цензура строго регулировала то, что люди должны были слышать. Политика гласности, в свою очередь, позволила людям заговорить на темы, которые раньше не принято было поднимать. Многие вопросы экономической, политической и культурной жизни государства стали доступны общественности. Народу стало известно

о многих проблемах, которые прежде просто утаивались. Освобожденные от жесткой цензуры потоки информации изменяли мировоззрение людей, их взгляды на происходящее вокруг.

С течением времени СМИ развивались, и сегодня можно выделить 3 основных их направления: телевидение, радио и пресса. Значение Интернета как средства массовой информации является спорным и неоднозначным. Изменились и функции СМИ, в их числе наиболее ярко представлены коммуникативная, культурно-образовательная, рекламно-справочная, развлекательная (рекреативная), идеологическая, функция «четвертой власти».

Сегодня информация окружает нас, и с каждым днем ее количество лишь возрастает. Для ее грамотного восприятия и использования нужно научиться правильно ориентироваться в информационных потоках. Не вся получаемая нами информация достоверна. Зачастую люди знают об этом заранее, но не прекращают читать желтую прессу, не закрывают малоавторитетные страницы в Интернете. Так, самыми популярными запросами в СМИ сегодня являются фильмы, музыка, игры, некоторые социальные сети, видео и погода. Это говорит о том, что средства массовой информации, в большинстве своем, используются для развлечения и обеспечения досуга, что, кстати, приносит немалые доходы и самим СМИ.

Главное же назначение СМИ помимо информирования – развитие самосознания людей, помощь в глубоком понимании происходящих процессов и готовность принимать адекватные решения на благо общества, страны и каждого отдельного человека.

## **Ю. Борисенкова**

### **БИБЛИЯ КАК ИСТОЧНИК ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОБРАЗОВ**

Библия – самая уникальная и наиболее распространенная из всех существующих ныне книг. Она является не просто канонизированным в иудаизме и христианстве Священным Писанием. Библия – это сложившийся в глубокой древности сборник литературных произведений, в котором не только излагается религиозная догма иудаизма и христианства, но и просматриваются уникальные сюжеты и образы, ставшие источником вдохновения для создания художественных произведений. Библейские сюжеты на протяжении многих веков были основной тематикой в изобразительном искусстве. Всему миру известны такие полотна, как «Снятие с креста» Рембрандта, «Кающаяся Мария Магдалина» Тициана Вечеллио, «Сикстинская мадонна» Рафаэля, А. Иванова «Явление Христа Марии Магдалине после воскресения», «Всемирный потоп» И. Айвазовского. В отечественном искусстве библейская тематика отразилась в иконописи. Библейские персонажи побуждают творческое воображение и выступают героями литературных произведений

самых разнообразных жанров и направлений. Вся литературная классика, от древности до современности, связана с Книгой книг, опирается на ее истины и заветы, нравственные и художественные ценности, соотносит с нею свои идеалы, приводит ее притчи и легенды. Поэтому библейские герои и сюжеты стали прототипом для известных мировых произведений, таких как роман «Иосиф и его братья» Томаса Манна, поэма М. Ю. Лермонтова «Демон», роман «Мастер и Маргарита» М. А. Булгакова, поэма «Божественная комедия» Данте Алигьери и др. Библейские тексты используются в духовной и светской музыке. Широкое распространение получило духовное песнопение, например, тексты мессы, реквиема «Аве Мария». Затем начинается широкое использование библейских текстов и сюжетов в культовых композициях, прежде всего в ораториях: Георг Гендель «Иуда Маккавей», «Самсон», «Иеффай», «Дебора». Известно также музыкальное произведение «Страсти», основанное на евангельских текстах о страданиях и смерти Христа. Музыканты по сей день продолжают черпать вдохновение из Священного Писания. С момента появления этой Книги книг искусство являет собой своеобразную «Библиаду», ибо столь велико ее воздействие на мироощущение и вдохновение художников, композиторов и писателей. Известнейший советский деятель культуры С. С. Аверинцев назвал Библию «нескончаемой галереей художественных образов». Действительно, эта Священная Книга вобрала в себя все лучшее, что имело человечество ко времени ее создания, и пропитала своими образами, идеями, мотивами и сюжетами мировую художественную культуру.

## **А. Бурундукова**

### **РОЛЬ ЦВЕТА В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ КИНОИСКУССТВА**

Поначалу цвет не играл особой роли в кино. Юрий Лотман в своей книге «Семиотика кино и проблемы киноэстетики» заметил: «Только когда цвет стал автономен, подчиняясь, каждый раз замыслу и выбору режиссера, он был введен в сферу искусства».

С 1950-х гг. появилась распространенная практика создания «цветовой среды», где для каждого отдельного фильма подбирается индивидуальная цветовая палитра, которая «играет» с нашим разумом. В черно-белом изображении нет ничего лишнего, оно воспринимается как более достоверное и документальное.

*Цвет может определять время действия картины*

Например, в фильме «Помни» черно-белые сцены чередуются с цветными. Черно-белые показывают события в настоящем времени, цветные – в прошлом.

Также, в фильме «Иван Васильевич меняет профессию» до того, как Шурик теряет сознание, фильм черно-белый. А все, то что ему привиделось, – цветное.

#### *Цвет может задавать настроение фильма*

Все мультики, детские сказки, комедии всегда яркие, пышущие цветом, веселые. А фильмы, несущие большую смысловую нагрузку, заставляющие задумываться «о вечном», обычно окрашены спокойными и размеренными цветами, что создает располагающую к размышлениям атмосферу.

Например, первые части «Гарри Поттера» имеют теплые и яркие тона, как бы создавая атмосферу детства и волшебства, в то время как в последних фильмах преобладают тусклые и мрачные цвета, навевающие грусть и подчеркивающие трагичность событий.

#### *Цвет может акцентировать внимание*

Один из ярчайших примеров цветовой игры – «Список Шиндлера». В этом черно-белом фильме появляется короткая вставка – девочка в красном пальто. Это незначительное изменение цвета служит символом гораздо более глубокого характера. Спилберг говорил: «И Америка, и Россия, и Англия знали про Холокост, но никто ничего не делал. Мы не потратили никаких ресурсов, чтобы остановить этот безжалостный смертельный марш. Это было огромным красным пятном, которое видели все, но никто ничего не сделал. Поэтому я решил привнести немного красного в фильм».

#### *Цвет может создавать образ героя*

В фильме «Господин Никто» перед героем открываются сразу несколько жизненных путей, и во многом они зависят от того, с какой девушкой он останется. Каждая героиня имеет свой цвет, сопутствующий ей на протяжении всей картины: для Джин – это желтый, для Элизы – голубой, для Анны – красный.

Таким образом, у цвета в кинематографе существует своя уникальная цветовая логика развития, закономерности и этапы формирования как художественно-выразительного средства, от аттракциона и зрелища до совершенной гармонической составляющей внутри фильма.

## **Е. Голуб**

### **БЕСЦЕННЫЙ ВКЛАД РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ XIX ВЕКА В МИРОВУЮ КУЛЬТУРУ**

«Золотой век» русской литературы – крылатое выражение, которым называют русскую литературу XIX века. Именно в XIX в. появилась и поднялась на недостижимую высоту классическая русская литература. Для того чтобы наступил этот «Золотой век», сошлось множество счастливых обстоятельств. В это время завершился процесс формирования русского литературного языка, были созданы многочисленные официальные и неофици-

циальные литературные общества и кружки, благодаря которым любой начинающий литератор мог быстро приобрести известность и поддержку в образованном обществе. В то же время еще не устарели обычаи просвещенной монархии, когда император и члены его семьи считали своей обязанностью покровительствовать поэтам, писателям. И, наконец, война с Наполеоном, завершившаяся входом русской армии в Париж в 1814 г., прибавившая русскому дворянству «любви к отечеству и народной гордости». Воспитанные по-европейски и в чем-то не чуждые узкословным убеждениям авторы в то время осознавали себя русскими писателями, а свое творчество – имеющим общенациональное значение.

«Золотой век» русской литературы, без раздумий, ассоциируется у меня с А. С. Пушкиным – первым русским поэтом, получившим бесспорное мировое признание. Он явился создателем национального русского литературного языка. В своих произведениях на фоне основных сюжетных линий поэт поднимал огромное количество важных проблем, отражающих социальный, бытовой и культурный уклад всего русского общества начала XIX века. Можно смело утверждать, что именно А. С. Пушкин, руководствуясь в своем творчестве реалистическими принципами художественного отображения, проложил дорогу многим выдающимся литераторам XIX в. (Н. В. Гоголю, И. С. Тургеневу, Н. А. Некрасову, Ф. М. Достоевскому, Л. Н. Толстому, А. П. Чехову и др.).

Впервые в произведениях авторов того времени поднимались вопросы о народе, его положении и огромной роли в истории. В лице выдающихся писателей русская литература отвергла узкий мирок мещанского благополучия, выдвинула высокие идейные и моральные требования к человеку как к гражданину, участнику всех общественных процессов. Она обратилась к темам высокой гражданственности, патриотизма, моральным и социальным ценностям. Классическая литература XIX в. оказалась по сути дела универсальной формой общественного самосознания, выполняя миссию социальных наук. В результате именно литература сделалась ведущим голосом, к которому вынужден был прислушаться весь культурный мир. Многие просвещенные люди русского общества строили свою жизнь, ориентируясь на высокие литературные образцы. И в наше время люди по всему миру читают русскую классику, неоспоримо считая работы литераторов того периода мировым непреходящим достоянием.

## **К. Деркач**

### **ОСОБЕННОСТИ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ ИТАЛЬЯНЦЕВ**

Общаясь с итальянцами, мы можем испытывать трудности. Во-первых, они говорят почти скороговоркой и это очень часто является причиной недопонимания смысла их сообщений. Во-вторых, они, по сравнению с пред-

ставителями других культур, сопровождают свою речь большим количеством жестов. Если финны делают 1 жест в час, русские – 40, то итальянцы – 80. У итальянцев жесты как бы замедляют речь и подключают к слуху визуальное и тактильное восприятие, но некоторые из них для представителей других культур могут быть не совсем понятны или даже противоречивы.

Типичные для итальянцев жесты можно условно разделить на те, что заменяют конкретные слова и простые действия, и те, что обозначают целое понятие, не связанное с самим жестом.

Невербальные знаки из первой категории понятны и итальянцу, и представителям других культур. Сюда можно отнести следующие: рука с оттопыренным большим пальцем и мизинцем, поднесенная к уху, означает ‘созвонимся’, поднятый указательный палец на уровне головы собеседника может означать ‘подожди, вспомнил, сейчас расскажу главную новость’. Так, если большой палец и указательный, соединенные в кольцо, повсеместно означают ‘одобряю, очень хорошо, понравилось’, то знак *OK* в Сицилии означает ‘отстань’ и может породить непонимание общающихся.

Наравне со стандартными невербальными знаками итальянцы используют и множество сложных и непривычных для других народов жестов, которые могут показаться целой пантомимой. К этой категории относятся специфические знаки и жесты-символы, не зная которые, можно попасть в неловкую ситуацию или просто не понять собеседника. Так, например, если итальянец дотрагивается до мочки уха, то он хочет указать человеку на его женоподобие, но, не зная значения этого жеста, можно расценить его как знак недоверия к сказанному. Выразительный взгляд в сторону человека и постукивание указательным пальцем по носу в Италии – это предупреждение своих друзей об опасности. А оттягивание века в итальянской культуре означает ‘тот человек хитрит, будь осторожен’. Если итальянец согнул обе руки в локтях, сжал ладони (кроме мизинцев) на уровне груди, значит, он мысленно просит защиты от зла, а представителю другой культуры, не знающему значения этого жеста, может показаться, что его собеседник замерз.

Неправильно расшифровываются такие жесты, как покусывание ладони или пальцев – выражающее недовольство, или прокручивание пальцев возле щеки – означающее, что блюдо очень вкусное, а не намек на то, что вы запачкали свою щеку. Движение тыльной стороной ладони у итальянцев означает, прощание и пожелание доброго пути, а не предложение зайти в гости.

Таким образом, для полноценного, беспроблемного общения с итальянцами необходимо помнить об особенностях их невербального общения.

**Д. Короленко**

**РОЛЬ МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНОГО ДИАЛОГА  
МЕЖДУ ЛИДЕРАМИ ОСНОВНЫХ РЕЛИГИЙ  
В РЕШЕНИИ ГЛОБАЛЬНОЙ МИГРАЦИОННОЙ ПРОБЛЕМЫ**

Новым глобальным вызовом современного мира является миграция. Как показывают события в европейских странах, с проблемой мигрантов, беженцев пока справиться не удастся. При этом сегодня именно религия и плодотворный диалог между представителями различных конфессий могут поспособствовать в ее решении.

Выявляется роль диалога в процессе формирования межэтнической и межконфессиональной толерантности. Речь идет о межрелигиозном сотрудничестве. Межконфессиональный диалог сможет помочь людям сгладить религиозные противоречия и стать более терпимыми друг к другу (что благоприятно скажется на этнонациональных отношениях), объединить усилия людей различных вероисповеданий и национальностей на борьбу против глобальных вызовов и угроз, к каковым относится и миграционная проблема.

Особая ответственность в поиске адекватных путей выхода из кризиса ложится на религиозных лидеров. Их задачей является отыскание возможного поля для сотрудничества и преодоления возникающих разногласий. В качестве предпосылки плодотворного диалога со стороны христианства послужила Соборная декларация «Nostra aetate» (1965), впоследствии названная «Хартией диалога», об отношении католической церкви к иным религиям и исповедующим их людям; было положено начало христианско-исламскому диалогу, стороны были призваны оставить прошлое и стремиться к взаимопониманию в деле совместной защиты социальной справедливости, нравственных ценностей, мира и свобод для всех людей; была предпринята попытка преодолеть эксклюзивизм, свойственный большинству религий, каждая из которых претендует на обладание всей полнотой истины; в рамках мирового общественного форума «Диалог цивилизаций», созданного при ЮНЕСКО в 2008 г., был проведен международный семинар «Диалог культур и цивилизаций» с участием представителей всех конфессий, где выступал тогда еще митрополит Кирилл в поддержку межконфессионального диалога.

Для налаживания межэтнического и межконфессионального диалога необходимо вовлечение в данный процесс представителей различных национальностей и религий через сотрудничество и разработку совместных проектов по решению проблемы миграций, популяризирующих межконфессиональный и межнациональный мир у людей любых возрастов и, прежде всего, у представителей молодого поколения.

## ПАЛЛАДИАНСТВО В АНГЛИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Палладианство – европейский архитектурный стиль, сформированный на основе творчества венецианского архитектора Андреа Палладио (1508–1580). Его работы базировались на симметрии, перспективе и ценностях классического храма времен Древней Греции и Рима.

Палладианство – это интерпретация классической архитектуры, начавшаяся в XVII в. и продолжавшаяся до конца XVIII века. Последователей А. Палладио – палладианцев – интересовали постройки этого зодчего. В XVI в. именно он определил принципы строительства, опирающиеся на опыт Марка Витрувия Поллиона. Этот римский архитектор и инженер (I в. до н. э.) известен как автор «Десяти книг об архитектуре» – единственного полностью дошедшего до нас античного архитектурного трактата. Палладио в XVI веке написал трактат «Четыре книги об архитектуре» (1570), в котором изложил общее представление об этом виде искусства. Популярность и привлекательность трактата Палладио отчасти объяснялась тем, что он четко описал пропорции ордеров, основанные на тщательном изучении античных руин. Палладианство в Англии появилось как реакция на экстравагантность архитектуры барокко.

Английские архитекторы нового стиля пытались найти основу «национального вкуса» в архитектуре Палладио и Иниго Джонса (1573–1652), который произвел революцию в архитектурном мышлении Европы своей глубокой интерпретацией теории Палладио, изложенной в его знаменитом трактате. Джонс сверял уроки Палладио со своим собственным изучением античных руин, сопоставив его идеи с трудами других авторов, в частности, Себастьяно Серлио. Джонс вернулся в Англию не с готовым архитектурным стилем, а, скорее, с новой манерой мышления, использовавшей всю глубину идеи Палладио. Палладианство ненадолго распространилось в середине XVII века в Британии, но его расцвет был прерван Английской революцией и последовавшей жесткой экономией. Вторая волна интереса к архитектуре Палладио возникла в Великобритании, а также в Пруссии в первой трети XVIII века. Среди английской знати появилась мода на палладианские особняки, которая совпадала с философией раннего Просвещения в Англии. Позже, когда в Европе стиль уже угасал, течение подхватили британские колонии в Северной Америке. Здания в палладианском стиле продолжали строиться в течение XIX и начала XX в., чаще всего это были муниципальные сооружения.

В целом его фронтоны, симметрия и пропорции четко прослеживаются и во многих современных постройках.

**Д. Майсюк**

## РЕЛИГИОЗНЫЕ ЦЕННОСТИ КАК ОСНОВА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В условиях нарастающих глобальных проблем диалог мировых религий – крайне важный и необходимый процесс, особенно в нашем турбулентном мире, где мы являемся свидетелями усиления роли религии. Это обусловлено целым рядом факторов, в том числе углублением духовно-нравственного кризиса, угрозой безопасности человеческого сообщества и использованием политизации религии в обстановке усиления противостояния цивилизаций. Все мировые и национальные религии сильны своей духовностью, своим созидательным началом. Именно в историческом развитии мировых религий кристаллизировались общечеловеческие нравственные ценности. Золотое правило нравственности «поступай по отношению к людям так, как ты хотел бы, чтобы они относились к тебе» признается во всех мировых религиях. На этом стержне только и могут быть построены принципы диалогов, толерантности, солидарности. На протяжении веков традиционные религии осуществляли важнейшую базовую функцию человечества – связь времен и поколений на основе моральных императивов, ясных представлений о добре и зле, добродетели и грехе. Сегодня мир стоит на развилке, когда может разорваться именно эта связь.

В XXI веке начался откровенный духовный перелом, что повлияло и на процесс глобализации. Запад начал открыто и уверенно заявлять о своих целях смены нравственных ориентиров. Христианская и исламская цивилизации столкнулись именно на этой основе. Мигранты-мусульмане выступают против уничтожения зачатых младенцев, в то время как западная цивилизация считает неотъемлемым правом родителей самостоятельно решать вопросы жизни и смерти своего потомства, осуждают прелюбодеяние и легкомысленные разводы, чем в открытом обществе почти гордятся, против клонирования, эвтаназии, замораживания трупов и многих других достижений современной цивилизации, считая их опасными, даже дьявольскими. Они за сохранение семьи (вместо сожительства) и пола (вместо гендера), за почтительное отношение младших к старшим и т.д. Наиболее опасным остается использование религии в геополитике, что проявляется в самых страшных формах экстремизма и террора. Для мусульман не существует разделения между светским и религиозным правом. Одним из примеров сложных отношений между британскими мусульманами и остальным обществом стала проблема функционирования «шариатских судов». Спор разразился после того, как Архиепископ Кентерберийский доктор Р. Уильямс и председатель Отделения королевской скамьи Высокого суда лорд Филипс публично выразили свое отношение к проблеме «шариатских судов», признав «неизбежность» роста их значения. Лорд Филипс подчеркнул, что «не видит причин, препятствующих признанию решений “шариатских судов”»

английскими судами». Разработка диалогических форм взаимодействия народов, государств, религий в период перехода человечества от техногенной цивилизации к цивилизации информационной становится одной из самых актуальных проблем современного человечества.

**М. Маслова**

## ТРАДИЦИЯ СОХРАНЕНИЯ ПАМЯТИ О ПРАВОСЛАВНЫХ СВЯТЫХ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ В ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОМ ВОСПИТАНИИ ЛЮДЕЙ

Прошло около 2000 лет с тех пор, как рождение Иисуса Христа повлекло за собой цепь событий, приведших к возникновению христианской веры и ее распространению по всему свету. За эти два тысячелетия христианство оказалось, вероятно, наиболее влиятельным средством формирования человеческих судеб, чем любое другое религиозное течение. Одним из важнейших факторов, способствовавших привлечению все новых и новых сторонников, явился пример жизни, духовного подвига великих святых, которые своим служением, верностью, мужеством потрясли не только умы, но и души современников.

Примером может служить судьба *Святой Варвары*. Святая мудрою речью обличала заблуждения идолопоклонников и исповедала Иисуса Христа Богом. Тогда ее начали сильно бить воловьими жилами и после этого растирать глубокие раны жесткой власницей. В конце дня Варвару отвели в темницу. Ночью, когда ее ум был занят молитвой, ей явился Господь и сказал: «Держай, невеста Моя, и не бойся, ибо Я с тобою. Я взираю на подвиг твой и облегчаю твои болезни. Претерпи до конца, чтобы вскоре насладиться вечными благами в Царстве Моем». На следующий день все были удивлены, увидев Варвару, – на ее теле не осталось никаких следов недавних истязаний. Видя такое чудо, одна христианка по имени Иулиания открыто исповедала свою веру и объявила желание пострадать за Христа. Обеих мучениц начали водить обнаженными по городу, а затем повесили на дереве и долго пытали. Их тела терзали крючьями, жгли свечами, били по голове молотком. От таких пыток невозможно было остаться человеку живым, если бы мучениц не укрепляла сила Божия. Не сумев предпринять больше ничего другого, по приказанию правителя мучениц обезглавили.

И сегодня для верующей молодежи пример смирения, благожелательности, дружелюбия, любви служит духовному воспитанию. Особенно в условиях, когда господствует зависть, жестокость, насилие, важно сохранять в памяти духовные источники и примеры, являющиеся основой нашей культуры. Мы постоянно узнаем, что способность человека делать зло почти беспредельна – ее ограничивают фактически только его физические возможности. Человек остается несовершенным и имея Бога. Но кем он станет без Бога? Как сказал Ф. Бэкон, «отрицающие Бога уничтожают в человеке благородство, ибо телом человек сродни животным, и если духом он не

сродни Богу, то это низкое и подлое создание». Христианство не сделало человека уверенным или счастливым, не сделало даже достойным – оно спасло его! И сейчас нам, как никогда, важно помнить об этом, служить Господу нашему и творить добро.

**А. Мельникович**

## ОТНОШЕНИЕ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ К РЕЛИГИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Сегодня, в XXI веке, мировые религии продолжают вызывать интерес у многих людей. Такие конфессии, как ислам, христианство и буддизм, объединяют на данный момент более 4,3 миллиардов людей. Приверженцами той или иной религии считает себя не только категория 31+, но и представители более молодых поколений.

Являясь студенткой МГЛУ, я сталкиваюсь с противоречивыми суждениями однокурсников по отношению к религии. Например: «Родители принудили меня ходить в церковь», «Я посещаю заведения религиозного типа в силу того, что так делают остальные», «Не разбираюсь в основных аспектах религии, но являюсь глубоко верующей». Я считаю, что осознавать свою причастность к религии, не будучи полностью осведомленным в этой области, не имея своей позиции по данному вопросу, – это признак невежества. Поэтому в своем небольшом исследовании я попыталась получить ответы на некоторые интересующие меня вопросы.

- Каково отношение белорусских студентов к религиозной вере?
- Какие задачи вы решаете, обращаясь к религии?

Мои выводы базируются на результатах опроса студентов первого и второго курсов МГЛУ, которые отвечали на вопросы и принимали участие в собеседованиях.

Проанализировав поступившие ответы, я прихожу к выводу, что даже молодежь, деятельная, новаторская и идейная по своей природе, считает религию чем-то глубоко укоренившимся в подсознании целой нации, передающейся из поколения в поколение. Примерно 70 % позитивно относятся к религии, но считают себя верующими только 25 % из опрошенных.

Опрос показал, что наиболее признанной религией является христианство. Для него в большей степени, чем для других религий характерны высокая степень духовности, идеи миролюбия, гуманности и сопереживания. Из направлений предпочтение отдано православию, поскольку именно это направление христианства, по мнению опрошенных, как никакое другое, обеспечивает спокойствие – душевное и физическое. Но я думаю, что это связано с доминирующими традициями отношения к православию в Беларуси.

В то же время ответы показали, что далеко не каждый из участников опроса понимает суть веры. По мнению большинства респондентов, религия, являясь ядром духовной жизни человека, способствует утверждению

нравственных, более добрых отношений между людьми. Но глубокого понимания, что такое религия, каковы ее функции, у большинства участников опроса нет. Еще более размытыми и неопределенными оказались ответы на вопросы, какие задачи опрашиваемые предполагают решать в жизни на основе религиозной веры.

Будем лишь надеяться, что молодые люди в ближайшей перспективе найдут ответы на эти непростые вопросы.

## А. Михно

### ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ПОЛИТИКА (на материале текстов публичных выступлений Т. Мэй)

Анализ политической речи представляет интерес в силу возросшей значимости политической коммуникации. В центре нашего внимания находится выступление Т. Мэй 17 января 2017 г., посвященное плану правительства по поводу Брэксита, и выступление на конференции консервативной партии 3 октября 2018 года.

В ходе исследования было зафиксировано преобладание слов общественно-политической, экономической и юридической семантики. В речи Т. Мэй разграничиваются три стилистических пласта: нейтральная (*knocking on doors* ‘стуча в двери’), книжная (*Parliamentary Sovereignty* ‘парламентский суверенитет’) и разговорная лексика (*hyped up media report* ‘шумиха в прессе’). Характерной чертой текстов является употребление детерминологизированной лексики и широкое использование клише и штампов (*on a reciprocal basis* ‘на взаимной основе’), политических терминов (*the Labour Party* ‘партия Лейбористов’), а также специальной лексики.

Наиболее частотными единицами в текстах выступлений являются слова *our* ‘наша’ (222), *Britain* ‘Британия’ (108), *country* ‘страна’ (79) и средства выражения модальности (*will* ‘будем’ (199), *want* ‘хотим’ (58), *can* ‘можем’ (56)). Определенное внимание заслуживают эвфемизмы (*terrible conflict* ‘ужасный конфликт’) и дисфемизмы (*a far-left extremist* ‘левый экстремист’). Т. Мэй часто обращается к эмоционально маркированным лексемам с семой «дружба» при описании характера отношений СК и ЕС: *friends* ‘друзья’, *allies* ‘союзники’. В текстах отмечено широкое использование эпитетов в отношении СК и ЕС (*a stronger UK* ‘более сильное СК’, *our precious Union* ‘наш драгоценный союз’).

Бинарная оппозиция «свой – чужой» реализуется за счет средств противопоставления траекторий национального развития (*around the world* ‘в мире’ – *at home* ‘дома’), а также маркеров «чуждости» (*unlike other European countries* ‘в отличие от других европейских стран’). Средством непрямой коммуникации выступают метафоры: «перемена», (*change* ‘перемена’), «дорога к лучшему будущему» (*a path to a better future* ‘дорога к лучшему будущему’). Средства экспрессии, которые были использованы для отстаивания политической позиции на дебатах, формируют метафоры «борьбы»: *attack* ‘атаковать’. Выразительность речи также достигается за

счет широкого использования фразеологизмов, идиом, образных выражений (*day and night* 'днем и ночью', *with their eyes open* 'с открытыми глазами'), а также антонимов (*forget* 'забывать' – *remember* 'помнить'). В целом политическая речь Т. Мэй характеризуется метафоричностью, образностью, богатым языкотворчеством (*a zero-sum game* 'игра с нулевым результатом').

В результате рассмотрения единиц лексического уровня, используемых в выступлениях Т. Мэй, было выявлено, что они способствуют актуализации таких качеств политической речи, как чистота, точность, доступность, диалогичность, логичность, риторическая грамотность и выразительность.

## **В. Морозов**

### ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ СЕМЬИ

Для нашей страны, переживающей глубокий демографический кризис, проблема состояния современной семьи является очень острой. Кризис семьи проявляется, прежде всего, в катастрофическом росте разводов, падении рождаемости, сдвигах в возрасте вступающих в брак, нежелании иметь детей, росте неполных семей. Появляется множество новых форм брака: семья-коммуна, шведская, гомосексуальная семья, семья по выходным. Каждый третий европейский брак заканчивается разводом, а в Беларуси – каждый второй. С увеличением возраста вступления в брак связано более позднее рождение первого ребёнка: в 29–30 лет. Причинами происходящих процессов, являются: глубочайший морально-нравственный кризис, изменение ценностных ориентиров молодых людей, социально-экономические, законодательно-правовые процессы, невежество в вопросах полового просвещения и воспитания. Мы хотели бы остановиться только на некоторых аспектах этой острейшей проблемы. Говорить о необходимости сексуального просвещения и воспитания нас заставляет проблема начала половой жизни в раннем подростковом возрасте: для юношей в 14 лет, а для девушек – 16 лет. С 2000 г. доля 15-летних школьниц с менструальными расстройствами выросла почти в два раза, достигнув отметки в 40 % от общего числа обследованных девушек. Согласно полученным данным, гинекологические болезни обнаруживаются уже у 5–8 % школьниц начальных классов, а по достижении ими 17-летнего возраста – 35 %. Согласно последним исследованиям, более 40 % мальчиков страдают от заболеваний, которые в дальнейшем могут ограничить их репродуктивные способности. Не менее острой является проблема абортов. Общее количество абортов составляет более 20 % от общего количества беременностей. Как показали результаты проведенного опроса, на вопрос «Почему вы сделали аборт», 40 % это сделали по своему желанию, 25 % – социальные проблемы, 12 % – вынужденное прерывание беременности вследствие наличия аномалий плода. Мы вынуждены признать, что по проблемам сексуальной культуры преобладает медицинская литература, написанная наукообразным языком о различных болезнях, патологиях. Популярной литературы, написанной понятным языком о сексуальной культуре, явно не хватает. Нет соответствующих программ ни на телевидении,

ни в других СМИ. Чаще всего и в семье эти вопросы не всегда обсуждаются в обстановке доверия и уважения. И современная школа не предлагает каких-либо факультативов по данной тематике.

Таким образом, необходимо подчеркнуть, что в условиях кризиса семьи, демографического кризиса мы пока не отвечаем адекватно на современные вызовы.

**Е. Полюх**

## ДВОЙСТВЕННОСТЬ НАТУРЫ РУССКИХ, ЕЕ ИСТОКИ

Национальные особенности характера русских людей формировались на протяжении столетий, и основа уникального менталитета нации начала закладываться в те времена, когда большинство русских жили в деревнях и вели коллективное хозяйство. С тех пор для русских мнение общества и собственное положение в коллективе стало значить очень много. Также в то время начала формироваться и такая национальная черта, как уважение авторитетов и преданность патриархальным традициям. От сплоченности коллектива и от наличия сильного лидера во многом зависело выживание и благополучие всего сообщества. Эти черты присущи психологии русских и сейчас – большинство представителей нации уверены, что стране нужен сильный лидер, не считают себя вправе открыто критиковать и оспаривать решения вышестоящих лиц и готовы в любом случае поддержать правительство. Суровость природы России научила русского человека быть терпеливым и выносливым.

Основным занятием русских в прошлые времена было земледелие, но наряду с ним им приходилось заниматься и всякого рода ремеслами. Этим объясняется практическая направленность их ума, ловкость и рациональность.

Многие авторы, изучающие этнокультурные особенности русских, отмечают такую отличительную особенность характера представителей этого народа, как «широта» души русского человека. Конечно, душа не может быть широкой в буквальном смысле этого слова. Смысл данного выражения подразумевает такие черты характера, как доброта, гостеприимство, щедрость, отзывчивость, чуткость, сострадание, терпеливость. Русских отличает готовность прийти на помощь, открытость, простота в поведении. А их неулыбчивость на самом деле – это проявление искренности, ведь русский человек не хочет обманывать окружающих «дежурной» улыбкой. Хотелось бы вспомнить Второй фортепианный концерт С. Рахманинова – это музыкальный образ загадочной русской души. В произведении обыгрываются такие присущие россиянам черты, как стойкость, безмятежность, героизм, задумчивость и одновременно непостижимость и непредсказуемость.

Считается, что именно расположение России между цивилизациями Запада и Востока стали глубинной основой двойственности характера русских. Совершенно очевидно, что русским присущи черты и западной,

и восточной цивилизации, но одновременно они обладают уникальными, неповторимыми качествами, присущими только этому народу. Я думаю, что именно это повлияло на многочисленные предвзятые суждения о России.

Замечательный русский философ Н. Бердяев как-то сказал, что «русским народом можно очароваться и разочароваться, от него всегда можно ожидать неожиданностей, он в высшей степени способен внушать к себе сильную любовь и сильную ненависть». Именно поэтому понять и признать русского иностранцам далеко не всегда просто.

## **М. Потребко**

### **ЭТИКЕТ ВРУЧЕНИЯ ПОДАРКОВ НА ВОСТОКЕ**

Многие люди любят дарить и получать подарки. Но вот умение преподносить подарки на Востоке – это целое искусство. Восточная культура и философия влияют не только на правила поведения в обществе, но и на правила вручения подношений. Многим артефактам в восточной культуре приписывается особый смысл, поэтому особое внимание уделяется выбору правильного презента, а также умению преподнести подарок. Многие традиции, обычаи и устои отличны от наших. Например, на свадьбе в качестве подарка чаще всего выступает конверт с деньгами, но его нужно уметь дарить правильно.

На Ближнем Востоке, очень ценятся книги и письменные принадлежности, потому что они являются символом знания и мудрости. А в Юго-Восточной Азии все проникнуто тайным смыслом. Взять, к примеру, Китай, где у нечетных чисел негативная коннотация, а у парных предметов – позитивная. Считается, что веера, носовые платки, зонтики, а также любые белые предметы принесут горе и слезы. К тому же, подарки должны быть красиво упакованы в однотонную красную, розовую, желтую или золотую бумагу (черный, белый, серый и синий цвета считаются траурными), но никогда не дарите не завернутый подарок – это крайне невежливо.

В Японии, даже большее, чем в Китае, имеет значение цвет ленты, вид оберточной бумаги и даже то, каким образом она сложена. Запрещено дарить ножи и вообще любые острые предметы. Кстати, поскольку в японском обществе мужчине отводится особая роль, то и подарки чаще всего получают именно они.

У мусульман существует строгий запрет на алкоголь, потому что это будет неуместным подарком. Не лучшей идеей будет подарить духи, изделия из кожи и перьев, ножи. Зато приемлемыми будут сувениры из золота, серебра и фарфора. Если представитель мусульманской культуры сделает Вам подарок, то будьте готовы ответить тем же – таковы традиции Востока.

Интересно, что есть даже правила передачи подарка в руки получателю. В Европе этому не придают большого значения, а вот в Индии и на Среднем Востоке подарок можно вручать только правой или двумя руками. Для сравнения, в Америке обычно подарок держат в левой руке, а правую используют для рукопожатия.

Кроме того, в большинстве западных стран подарки принято открывать сразу. В азиатских странах наоборот, не стоит этого делать, вы можете этим показать свое невнимание гостям. И не удивляйтесь, если хозяин неохотно принимает подарок – во многих странах этикет требует троекратного отказа от подношения. Просто продолжайте вежливо настаивать.

Таким образом, можно заметить, что существует огромная разница между вручением подарков на Востоке и на Западе. Во многих странах Востока обычай преподнесения подарков лежит в основе культуры, поэтому этикет их принятия и вручения очень важен. Необходимо не только уделить особое внимание процессу дарения, но и выбрать подходящее для этого время. Поскольку Восток по-прежнему остается местом, где подарок – это целый ритуал, то стоит придерживаться традиций вручения, дабы не попасть в неловкое положение.

## **Д. Радион**

### **РЕАЛИЗМ ЖИВОПИСИ РОССИИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА**

XIX в. вошел в историю как «золотой век» русской культуры. Культурный прогресс определялся небывалым ростом национального самосознания русского народа под влиянием Отечественной войны 1812 г. и Крымской войны 1855–1856 гг., давших толчок к свержению крепостного права. Художественные идеи в это время развивались нередко вопреки консервативной политике царского правительства.

Русскую живопись XIX в. нельзя ограничить рамками какого-то одного стиля или жанра. Несмотря на то, что распространенным методом был классицизм, талантливые художники старались преодолеть узкие рамки академизма. Это хорошо прослеживается в творчестве О. А. Кипренского, В. А. Тропинина, К. П. Брюллова. Искусство живописи, развиваясь по всем направлениям, стремилось охватить основные аспекты жизни того времени. В этих условиях все большую популярность набирает такой стиль, как реализм. Он стал весьма популярным и среди выдающихся живописцев.

Реалисты пытались показать жизнь такой, какой она была на самом деле. Это особенно ярко просматривается на примере бытового жанра, к которому обращались самые известные мастера того времени. Художники, работающие в этом жанре, все больше внимания начинают уделять жизни и проблемам простого народа. Сочувствуя сложной и нелегкой судьбе людей из низов, они останавливали свой взгляд на положении детей из беднейших семей, крестьянах, городской бедноте. Именно представители этих слоев населения становятся главными героями картин В. Перова «Тройка», «Чаепитие в Мытищах», П. Шмелькова «Охота пуще неволи». П. Федотова «Сватовство майора», Этот подход хорошо представлен в полотнах художников-передвижников: Г. Мясоедова «Косцы», В. Максимова «Бедный ужин», «Все в прошлом», И. Е. Репина «Не ждали», В. Маковского «На бульваре». Важным этапом в отражении нелегкой судьбы людей из низов стало известное полотно

И. Е. Репина «Бурлаки на Волге», вскрывшее тяжелейшие условия труда самых обездоленных слоев населения России. Показывая в своих картинах тяготы жизни простого народа, вскрывая глубокие классовые противоречия и социальную несправедливость, пронизывающие общество, великие живописцы видели не только страдающих людей, но и людей с могучими духовными и физическими силами, будущих потенциальных борцов за свободу и справедливость. Своим творчеством они пытались заявить, что у народа есть желание и силы изменить жизнь к лучшему.

Благодаря их усилиям и гражданской позиции живопись второй половины XIX в. России стала воплощением русского гения. Используя различные жанры, работая в разных стилевых направлениях, великие русские художники того времени сделали свои произведения ярчайшим выражением передовых взглядов своего времени. Таким образом, изобразительное искусство этого периода, отразив самые наболевшие социальные проблемы русского общества, подготовило благодатную почву для будущих перемен.

**Д. Рябко**

## МОДА КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Мода не настолько простое явление, каким мы привыкли ее представлять. Моду часто связывают с оформлением внешнего вида, одеждой человека, хотя ее проявления мы наблюдаем во множестве других сфер нашей жизни: в искусстве, литературе, архитектуре, кулинарии и т.п.

Для определения рассматриваемого понятия обратимся к словарям. *М о д а* – это: 1) «совокупность вкусов и взглядов, господствующих в определенной общественной среде в определенное, обычно недолгое время» (С. И. Ожегов); 2) «Совокупность привычек, вкусов, предпочтений у данной среды в данное время» (Д. Н. Ушаков. Толковый словарь русского языка); 3) ходящий обычай; временная, изменчивая прихоть в житейском быту, в обществе, в покрое одежды и в нарядах. (В. И. Даль. Толковый словарь живого великорусского языка).

При анализе этих определений ясно видны важнейшие характеристики моды: изменчивость, опора на вкусы, предпочтения общества на определенном временном этапе. Рассмотрим их подробнее.

*Изменчивость.* Когда затрагивается эта тема сразу же возникает вопрос: откуда же берётся мода, где она зарождается, кто ее выдумывает? Достаточно распространённой является версия, что мода создается высшим слоем общества для демонстрации своего отличия, престижа. При этом низшие слои стараются повысить свой социальный статус, копируют, например, стиль одежды, бытовые вещи, увлечения элиты. На что создатели моды отвечают поиском новых необычных элементов, и мода меняется. Если мы взглянем на модные тенденции прошлого, то заметим, что мода развивается по спирали. Да, она повторяется, но всегда с какими-то поправками и изменениями.

*Вкусы общества.* Вне зависимости от сферы проявления, вкусы в моде – это всегда показатель уровня культуры, способность избирать в широком спектре предложений. Как показывает анализ моды, предпочтения в моде могут серьезно отличаться, ведь вкусы бывают разными. Как известно, мода может уничтожать индивидуальность людей, слепо следующих ей. Неслучайно появилось скорее негативное выражение «модничать». Вот почему так важно учитывать свои индивидуальные особенности, избирая то или иное направление моды.

В своей книге «Мода и люди. Новая теория модного поведения» российский социолог А. Гофман пишет: «С одной стороны, мода подавляет индивидуальность, а с другой – способствует ее развитию». Действительно, в процессе её перехода от человека к человеку, происходит перенимание не только самих трендов, но и «внутренних ценностей». Благодаря этому процессу человек, учась принимать новизну, намного проще адаптируется к разнообразным проявлениям общественной жизни.

Подводя итоги, хотелось бы сказать, что мода – это многоаспектное социальное явление, способствующее принятию и утверждению нового в обществе, непрерывно оказывающее влияние на наш внутренний и внешний мир, отражая при этом как культурный уровень, так и независимость человека.

## **Д. Савеня**

### **БЕЛОРУСЫ ГЛАЗАМИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ДРУГИХ КУЛЬТУР**

На данный момент автор этой статьи имеет много друзей и знакомых из разных стран мира (Америки, Украины, России, Японии, Нигерии), и еще больше приятелей, которые много путешествуют, знакомятся с культурами других стран. За всю свою жизнь автор была за границей лишь дважды, но пообщавшись с разными людьми, она ясно увидела, что белорусы – уникальная нация с неповторимой культурой.

В рамках обозначенной темы автор попыталась провести небольшое исследование и опросить своих друзей из других стран: каковы их мысли о белорусах, нашей культуре, какими отличительными чертами мы обладаем.

Молодые люди, которых опросила автор, являются представителями следующих стран: США, Россия, Украина, Голландия. Автор сравнила все ответы и выявила черты, на которые чаще обращалось внимание.

Молодые люди отмечали, что белорусы, как правило, очень гостеприимны и открыты, уважительно относятся к представителям иных культур. В то же время, любя свою Родину, они не ставят себя выше других народов. Белорусы готовы отдать последнее, поделиться многим, а если ничего не имеют, залезть в долги, но гостя принять как следует. Сравним, в Голландии, например, гостям предложат чай/кофе и максимум что-то к чаю. Это все. В нашей стране часто пока не накормят, не отпустят.

Заметили опрошенные трудолюбие и терпеливость белорусов, то, что многочасовая работа для белорусов норма. Также было отмечено, что они редко жалуются на жизнь и благодарны за то, что имеют.

Обращалось внимание на сдержанность и неулыбчивость наших соотечественников. Действительно, белорусы мало улыбаются (в особенности мужчины, даже если у них все хорошо), поэтому считаются слишком серьезными. И хотя при общении с родными и близкими мы свободно выражаем свои чувства, для большинства иностранцев мы представляемся очень сдержанными.

Отмечены также миролюбие, добродушие, простота. Знакомые автора заметили, что с белорусами легко завязать дружеские отношения, что в целом они не конфликтные. Но зачастую опрошенные отмечали такие малопривлекательные черты, присущие некоторым представителям нашего народа, как наивность, безамбициозность, невысокий уровень запросов. Среди не очень приятных черт были указаны непунктуальность, отсутствие привычки планировать, узость мышления, излишняя осторожность.

Безусловно, проведенный мини-опрос указывает только на некоторые из отличительных особенностей белорусов, в реальности их на порядок больше. Но анализ ответов друзей автора выявил многие качества, действительно присущие белорусскому народу. Ценной можно считать возможность взглянуть на особенности характера белорусов глазами представителей других культур и задуматься о том, какими мы предстаем перед глазами иностранцев.

**Ю. Сможенкова**

## ВЫДАЮЩИЕСЯ ОТКРЫТИЯ РОССИЙСКОЙ НАУКИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА

Во многом культурный расцвет России XIX века был связан с успехами в образовании, особенно после отмены крепостного права в 1861 году, когда образование стало развиваться стремительно. За короткое время грамотность страны повысилась. Это не могло не отразиться и на состоянии науки. В России XIX века возникают научные общества (географическое, любителей российской словесности, естествоиспытателей, археологов и т.д.), проводятся международные научные съезды, создается множество библиотек, музеев, обсерваторий.

Выдающийся ученый Н. И. Лобачевский (естественно-математические науки) создал неевклидову геометрию, отражающую другой взгляд на природу пространства. Сформулированное Э. Х. Ленцем правило определения направления индукционного тока позже было названо его именем, им же был обоснован закон Джоуля–Ленца. Величайшим достижением русской науки XIX века стало открытие Менделеевым периодической системы химических элементов, что дало толчок развитию химии в целом. Новая теория химического строения вещества, которая заложила основы современной органической химии, была построена А. М. Бутлеровым. Выдающемуся

русскому ученому Н. Н. Зинину удалось осуществить синтез анилина – органического красителя для текстильной промышленности. До открытия Зинина это красящее вещество добывали из индиго, произрастающего в южных странах. Это был один из первых крупных успехов в развитии органической химии. XIX век стал временем рождения великих технических достижений в истории русской науки. Вспомним, например, отца и сына Черепановых – русских промышленных инженеров-изобретателей, крепостных рабочих знаменитой династии владельцев уральских заводов Демидовых. Они известны тем, что в 1830-е годы построили первый паровоз и железную дорогу в России. Усилиями Яблочкова и Лодыгина в России появляются лампочки (1876). Мировую известность приобрели математик Чебышев, физики Столетов и Попов – изобретатели радио (1895).

Заметные достижения наблюдались в области медицинских открытий. Имя Н. И. Пирогова связано с применением эфирного наркоза в военно-полевых условиях, а имя Н. В. Склифосовского – с использованием антисептического метода при операциях. Вторая половина XIX века – время плодотворного становления исторической науки. Особых успехов достигли русские ученые географы: Н. М. Пржевальский, изучавший Центральную Азию, И. Ф. Крузенштерн, осуществивший первую кругосветную экспедицию до Камчатки и Аляски, во время которой изучались острова Тихого океана, Китай, Япония, составлялись подробные карты исследованных мест.

Добавим, что русская наука в этот период не только достигла огромных успехов, признанных во всех странах, но и подарила миру целую плеяду выдающихся ученых, сделавших мировые открытия.

## **Е. Фомина**

### **ОПАСНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДВИЖЕНИЯ САТАНИСТОВ**

Середина XX века характеризуется появлением новых многочисленных религиозных движений. Причиной этого является глубокий кризис социальных и религиозных ценностей, вызванный быстрым развитием научно-технического прогресса, интенсивной перестройкой общественного сознания, разочарованием в деятельности традиционных религий. Одним из самых опасных направлений неокультов является сатанинское движение, сформированное Антоном Шандором Ла-Веєм в 1966 году.

Наиболее активной социальной группой в сатанизме является молодежь, чем объясняется агрессивность и жестокость сатанистов, склонность к эпатажу, символизму действий. Сатанизм имеет свои разветвления и различные версии: от вполне умеренных до самых радикальных, которые в свою очередь носят деструктивный и асоциальный характер, изменяют сознание человека и разрушают его психику. У сатанистов нет определенных догм. Они живут по своей собственной морали, проводят различные ритуальные практики и обряды, в том числе Черные мессы. Они изолируют себя от общества и совершают акты человеческого жертвоприношения. Также их деятельность

заключается в пропаганде суицидальных идей, похищении людей, растлении малолетних, изнасиловании, осквернении могил, издевательствах над животными, осквернении и поджоге храмов и других культовых сооружений традиционных религий и конфессий. Примерами могут служить ритуальное убийство четырех подростков восьмью их сверстниками, совершенное в 2008 г. в Ярославле, сожжение мозырской церкви Святого Георгия Победоносца в 2007 г., вандализм на Коминтерновском кладбище в Воронежской области в 2003 году. К таким группам можно отнести оккультно-сатанинскую группу «Орден девяти углов» в Великобритании, «Верховную Жрицу» в Брянске, «Южный крест» и «Черный ангел» в Москве. В Беларуси, как и в других странах постсоветского пространства, деятельность сатанинских групп запрещена, в Европе она ограничена, а в США сатанинские организации признаны государством и легально функционируют.

С идеями сатанизма не рождаются, они появляются в результате неблагоприятных условий формирования личности, переживания людьми своей социальной несостоятельности, отсутствия духовной связи с теми, кто мог бы дать им правильные нравственные ориентиры. Идеи сатанизма прививаются также посредством внешнего воздействия – в ходе общения с членами сатанинских сообществ из других стран, чтения сатанинской литературы. Главным способом не допустить приобщения подростков к таким сатанинским группам является устранение неблагоприятных условий жизни в семье и в обществе. Принципиальное значение имеет создание мощной, комплексной системы образования подрастающего поколения в плане его воспитания на базе духовно-нравственных ценностей традиционной культуры, которые смогут сформировать в сознании человека иммунитет к любой деструктивной и антисоциальной идеологии.

## **В. Чичина-Эйгерд**

### **ЛЮБОВЬ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПСИХОЛОГИИ: ВЗГЛЯДЫ З. ФРЕЙДА, Э. ФРОММА, М. ЛИТВАКА**

Рассуждения о любви ученых публике широко не известны. О ней ведется большое число дискуссий, снимается множество фильмов и пишется много книг, вследствие чего теряется понимание данного феномена. Часто выясняется, что речь на самом деле идет не о любви, а о формах эротических отношений.

В каждом из нас заложена функция продолжения рода, которая под влиянием эволюции проявляется в чувстве влюбленности. На стадии влечения к объекту влюбленности выделяются несколько мощных химических веществ. Гормоны счастья являются своего рода «природным наркотиком», человек пребывает в состоянии эйфории, он меньше ест, меньше спит, но при этом чувствует эмоциональный подъем. Организм постепенно истощается, и по истечении примерно трех месяцев (этого времени достаточно для осуществления функции продолжения рода) сильная выработка гормонов прекращается, уступая место разуму. На этом этапе расстается большое количество пар.

Получается, что за чувствами между мужчиной и женщиной, стоит нечто большее, чем биохимические процессы нашего организма. Отсюда следует вопрос: а умеем ли мы любить? По мнению Зигмунда Фрейда, в основе любых отношений и любви лежит либидо – бессознательное сексуальное влечение человека, которое он стремится реализовать. В это же время немецкий социолог Эрих Фромм рассматривает любовь как работу над собой. Базовой любовью он считает любовь к себе, так как она неразрывно связана с любовью к другому существу. Доступно признаки любви к себе описывает русский психолог Михаил Литвак. Вот некоторые из них.

- Тот, кто любит себя, видит свое развитие в лучшую сторону. Он постоянно растет и ему не нужны аплодисменты.

- Тот, кто себя любит, ценит свою индивидуальность и не бежит за стадом.

- Тот, кто себя любит, не боится критики и упреков.

Умение любить – это личностный опыт, который каждый может обрести только сам. Залогом же стабильных отношений является любовь к себе, здоровая психика и предсказуемость поведения партнера.

Для большинства людей проблема любви состоит в том, чтобы быть любимым, а не в том, чтобы любить, уметь любить. Неумение любить также определяется тем, что в капиталистическом обществе современный человек отчужден от себя, своих близких, природы. Он превращен в товар, свои жизненные силы он воспринимает как инвестицию, которая должна приносить ему максимальную прибыль

Теория Э. Фромма в современной трактовке может выглядеть так: знание себя и другого, осознанный выбор и только потом «искусство любви». Таким образом, любовь – это не столько чувство, сколько осознанное действие, начинающееся с тщательной работы над собой.

## **К. Швеева**

### **ОСОБЕННОСТИ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В СТРАНАХ АРАБО-МУСУЛЬМАНСКОГО МИРА**

Невербальное общение – это коммуникационное взаимодействие между людьми без использования слов (передача информации или влияние друг на друга через образы, интонации, жесты, мимику и т.д.), то есть без речевых и языковых средств, представленных в прямой или какой-либо знаковой форме. Правильная интерпретация невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения.

Для приветствия арабы чаще всего используют рукопожатие, после чего происходит прижатие правой руки к сердцу, чтобы показать этим свое уважение и внимание собеседнику. Делают этот жест быстро, пальцами руки касаются груди лишь слегка. Те, кто прибывают в близких отношениях, пожав друг другу руки, обнимаются, прижимаются к щекам друг друга и оставляют легкий поцелуй на своей руке, пожавшей руку близкого человека. Заметив друга еще издали, араб приветственно махнет ему рукой, направляя ладонь от себя.

Дружеское же отношение арабы выражают особым жестом: они прижимают свои указательные пальцы внешней стороной друг к другу, слегка потирая их, остальные пальцы при этом сжимают. Указательные пальцы, словно братья, так же близки, как и те, кто подобным образом выражает свои чувства.

Об особом отношении арабов к похвале знают многие. Арабы хвалят много и охотно. Находясь в их окружении, вы можете услышать немало витиеватых комплиментов, правда, судить об их искренности сложно. Говорить комплименты собеседнику – это старинная восточная традиция, от которой арабы не отступают и по сей день. Что касается жестов, арабы часто выражают восхищение по поводу чьей-либо внешности и делают это так: указательным пальцем правой руки они быстро вращают по часовой стрелке в области правой щеки вокруг воображаемой ямочки. Поэтому этот жест обычно и называют «ямочкой». Обычно он сопровождается целым рядом приятных слов и комплиментов в адрес собеседницы, а иногда и собеседника.

В арабском этикете даже существуют уточняющие жесты. Поэтому не в полной мере понимая собеседника или желая уточнить произнесенную им информацию, арабы используют жест, получивший название «лампочка». Движением руки они будто бы вкручивают новую лампочку на место перегоревшей, делая это очень быстро. Кисть руки направляется в сторону собеседника и вращается по часовой стрелке, на лице – вопросительный взгляд.

Знание богатой жестикуляции арабов, имеющей свою национальную специфику, в значительной степени облегчает устный перевод с арабского языка, помогает облегчить взаимопонимание с собеседником и достичь лучшего результата в коммуникации.

## **А. Шпанькова**

### **ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ЯПОНЦЕВ**

Поведение японцев, безусловно, отличается своей специфичностью. Вот некоторые черты поведения японцев, которые надо учитывать при общении с ними.

Японцы ведут себя вежливо в отношениях с другими. Учтивость и обходительность у них в крови. Они помогут всегда, как только вы об этом попросите.

При приветствии, встрече не принято сжимать сильно руку и трясти кисть партнера. Рукопожатие заменяется поклонами. Ответные поклоны должны быть такой же частоты и почтительности. При этом прямо смотреть в глаза партнеру не принято, как и показывать плохое настроение. Во время встречи неприлично и нескромно прикасаться к собеседнику руками, не приняты дружеские похлопывания, обнимания. Японцы, общаясь, всегда улыбаются, к этому их обязывают национальные обычаи. Для деловой встречи обязательно нужно запастись визитками.

Японцы редко говорят «нет» и их привычка к уклончивому ответу часто приводит к недоумению со стороны партнеров. Слово «да» у них не обязательно является свидетельством согласия, порой оно означает только то, что Вас услышали и поняли. Также большинство японцев испытывают антипатию к ответу на вопрос при помощи слова «нет». В деловых отношениях они редко используют «директивный язык», не склонны давать обещаний на будущее.

Японцы очень внимательны к партнерам, ими берутся во внимание даже, казалось бы, незначительные детали. Любого рода жалобы являются причиной замешательства с их стороны.

При встрече с деловым партнером идет обмен подарками, обычно подарок недорогой, но такова традиция. Надо помнить, что сморкаться в присутствии других у японцев считается неприличным, нужно шмыгать носом, пока не уединитесь.

В Японии очень уважительное отношение к людям старшего поколения. Надо учитывать, что люди пожилого и подросткового возраста в этой стране стесняются общаться с незнакомыми людьми.

Если Вы оказались в гостях у японца надо помнить, что нельзя наступать и стоять в обуви на соломенных матах – татами. Для японцев это святотатство. Для посещения туалета японцы надевают специальную обувь – тапки.

Иностранец в Японии – «гайдзин», человек, который освобождается от соблюдения традиций Японии. Ему прощаются этикетные ошибки, однако чтобы вам не прицепили ярлык «бака гайдзин» (глупый иностранец), нужно соблюдать принятые в этой стране правила поведения.

Член японского социума больше всего хочет сохранить «гармонию» в повседневной жизни. Однако по мере нарастания процессов глобализации культура японцев все больше становится ориентированной на западные традиции и стандарты.

## **А. Якимович**

### **О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ПОВЕДЕНИЯ НЕМЦЕВ**

Чтобы быть успешным в сложном современном мире и эффективно общаться с представителями других народов, необходимо иметь представление о специфике их менталитета и поведения. Для меня в этом отношении особенно интересны немцы. Попробую выделить некоторые специфические черты их поведения.

Немцы убеждены, что жизнь делится на две части: публичную и частную. В деловом общении немцы не слишком любезны, так как считают это ненужным, они сдержанны при общении, не любопытны и мало задают вопросов, с иностранцами держатся довольно замкнуто. Но в личной, частной жизни немцы открыты, искренни и приветливы.

Следует принимать во внимание, что основной формой обращения в Германии является «вы». Немец никогда не обратится, особенно к мало-знакомому человеку, на «ты». В официальном обращении в Германии принято называть титул того, к кому обращаетесь. Если звание человека вам неизвестно, то можно использовать слово «доктор», поскольку оно применимо почти к каждому образованному человеку. Так как немцы относятся к жизни с невероятной серьезностью, нужно быть готовым и к тому, что они очень неохотно переходят на дружеские ноты.

Немцы пожимают друг другу руки не только при встрече, но при каждом удобном случае, рукопожатие – обязательный элемент их жизни. Руки обычно пожимают при встречах и расставаниях, при приезде и отъезде, в знак согласия и несогласия. В знак дружеского расположения руку удерживают несколько дольше.

Немцы предпочитают делать все, не спеша, постепенно, не смотря на это, они всегда пунктуальны. Представители немецкого народа дисциплинированы и привыкли к порядку настолько, что иногда кажется, будто у них есть ген, отвечающий за эту черту характера. У немцев ничего не происходит стихийно, вся неделя спланирована наперед.

Отвечая на телефонный звонок, немец обычно называет свое имя – это устная замена рукопожатия. У немцев есть специальное телефонное прощание, отличающееся от прощания в устной речи. Если в устной речи говорят буквально «до повторного видения», то по телефону – «до повторного услышания». Даже сам процесс «русского» прощания заметно длиннее «немецкого».

Немцы, садясь за стол, всегда желают друг другу приятного аппетита. Этим они отличаются от русских, для которых подобное принято говорить только в предприятиях общественного питания, а не дома, ибо предполагается, что там аппетит и так будет приятным.

Для меня эта тема особенно интересна, так как, изучая немецкий язык и мечтая стать переводчиком, я хочу, чтобы мои профессиональные навыки и умения были многогранными и основывались на знании национально-культурных ценностей страны.

## ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА

**Ю. Акинчиц**

### ТЕМАТИКА РОМАНА Д. ЛОДЖА «ВЫЙДЯ ИЗ УКРЫТИЯ»

Одним из признаков современного литературного процесса является обращение к проблемам бытия и всестороннего анализа внутреннего и внешнего мира современной личности, а также использование реалистического метода в осмыслении проблем, страхов, чувств, мотивов поведения.

Автобиографический роман «Выйдя из укрытия» («Out of the Shelter»), написанный Д. Лоджем в 1970 г., занимает особое место в творчестве писателя. Он принадлежит к жанру романа взросления, в котором писатель отобразил собственные детские переживания процесса взросления и становления характера в столкновении не только с типичными проблемами подросткового возраста, но и войной, прошедшей через жизни целого поколения, оставив глубокий след в психологии и миропонимании поколения детей, заставших войну. В отличие от других романов писателя в «Выйдя из укрытия» не затрагивается тема университетской жизни.

Пространственно-временная организация романа охватывает несколько измерений – от Британии, где родился и живет Тимоти Янг, где он и его семья переживают страшные события блицкрига, до Германии, в частности города Гейдельберга, который представляет собой американизированный военный город, где причудливо соединяются готические пики католических соборов и американская культура, китч, джаз. Еще одним пространственно-временным пластом романа является процесс перехода от детства и отрочества Тимоти Янга, его постепенного взросления. Пребывание в Германии заставило подростка пересмотреть свое восприятие войны, задуматься над ее последствиями для самих немцев, чему способствовали его разговоры с немцем-инвалидом и американцем Доном Ковальским.

В этих измерениях писатель внимательно и чутко прислушивается и наблюдает за процессом трансформации ребенка во взрослого человека, рассуждает о влиянии увиденного и услышанного ребенком на формирование характера взрослого, затрагивает темы влияния войны на чувства целого поколения, которые на протяжении всей жизни откликаются в душе и сердце ребенка целым спектром эмоций – от страха и понимания неизбежности, до спокойного созерцания проходящей мимо жизни.

На протяжении всего романа автор раскрывает множество тем: нацизма, войны, различных восприятий военных событий представителями разных наций, распушенности, католического воспитания, взаимоотношений народов, роли традиций и т.п.

С. Алексеева

## МОТИВ ОДИНОЧЕСТВА В СРЕДНЕВЕКОВОЙ КИТАЙСКОЙ ПОЭЗИИ

Стихи Ли Бо и Ду Фу живут,  
и сияние их распространяется  
на десять тысяч чжанов.

*Хань Юй*

Универсальные мотивы встречаются в художественных текстах в большом разнообразии. Интерес представляет поиск соприкосновения художественных моделей разных авторов через анализ подобных мотивов, что позволяет говорить о глубине и семантической наполненности художественного произведения. К таким мотивам, определяющим путь поиска авторского «я», можно отнести мотив одиночества в китайской поэзии. Мотив одиночества в творчестве величайших поэтов танского периода Ли Бо и Ду Фу тесно связан с противопоставлением «верха» и «низа» – земного и небесного миров. Мир небесный в системе китайской поэтической образности чаще всего представлен луной.

В стихотворении Ли Бо «Думы в тихую ночь» символ мотива одиночества, которым является луна, выражает тоску лирического героя по родине и близким. Ключевыми эмоциями выступают грусть, тоска, одиночество, тревога, безысходность и боль. Луна выступает в качестве символа идеального мира. Лирический герой тоскует по дому, и его чувства усиливает лунный блик и иней, который является первым признаком осени.

Мотив одиночества в данном произведении воплощен в двух словах, которые составляют некую цепочку «луна – иней», где иней ассоциируется с сединой, что напоминает герою о быстротечности жизни. Как пишет В. М. Алексеев: «Люди ушли. Осталась только луна, которая светила им так же, как и мне светит сейчас, [осталось] место, где они жили» (Алексеев, 1978).

Важной в творчестве Ли Бо является тема дружбы («Провожая друга», «Ван Луню», «Тоска о муже»). Разлука с друзьями, родственниками – источник лирического драматизма героя Ли Бо, однако одиночество поэта – основное условие для появления лирического чувства.

В отличие от Ли Бо, Ду Фу раскрывает мотив одиночества через тему войны, его тревожит разлука и несчастья, которые приносит война. Его лирика наполнена тревогой и печалью («В снегу», «Весенний пейзаж»). В стихотворении Ду Фу «Луна» луна символизирует спокойствие и вечность мира небесного, который противопоставлен миру земному, наполненному войнами и раздорами.

Ли Бо и Ду Фу, размышляя в своем творчестве о смысле жизни, о сущности человеческих отношений, утверждают концепцию одиночества. Одиночество не всегда вызывает грустные и печальные мысли, что особенно проявляется в поэзии Ли Бо. Для него восприятие мира реального как некой иллюзорной сущности – вот неотъемлемые условия постижения истины и достижения подлинного счастья.

## О. Алишевская

### ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В РОМАНЕ ДЖ. ФАУЛЗА «КОЛЛЕКЦИОНЕР»

Одной из наиболее важных черт литературного творчества периода постмодернизма является интертекстуальность. Интертекстуальность определяет развитие романа «Коллекционер», созданного известным английским писателем Дж. Фаулзом, в котором происходит обращение к классическому наследию У. Шекспира и присутствуют отсылки к романтической драме «Буря». Если в пьесе У. Шекспира представлена достаточно светлая картина мира, так как в ней добро побеждает зло, то в произведении XX века Дж. Фаулз используя внутренние и внешние аналогии, создавая яркие ассоциации, показывает, что в настоящее время зачастую зло в человеке стало достаточно сильным и часто побеждает.

Выбирая имена главных героев, автор не просто использует аллюзию, он меняет сюжет, показывает изменение общественного сознания и ту бессердечность, которая поселилась в сердцах людей и определяется лишь мыслями о своей выгоде. В пьесе У. Шекспира Миранда – молодая и счастливая девушка, воплощение красоты и чистоты, ее жизнь, после определенных испытаний, наполнена счастьем. В романе же Дж. Фаулза Миранда обречена, ее будущее разрушено из-за безнравственности, эгоизма, жестокости Клегга, с которым ее сводит судьба.

В пьесе У. Шекспира Калибан не достигает своих эгоистических целей, Миранда недостижима для зла, а в романе Дж. Фаулза, Миранда становится жертвой, заточенной Клеггом – коллекционером бабочек на своем «острове» (в его доме за пределами городской черты). И хотя ей предоставляются многие блага, она лишается самого важного компонента существования человека – свободы. Мир Миранды сужается до размера маленькой комнаты в погребе, она становится вещью для своего мучителя, надежды на будущее, а в итоге и жизни. Клегг является воплощением зла, что вызывается недостатком воспитания и образования, отсутствием внимания родителей и, возможно, непониманием мужской модели поведения, следствием чего есть возникший комплекс неполноценности, отсутствие уверенности в себе и своих силах.

В этом романе присутствует паратекстуальность, связанная с выбором заглавия. Название произведения «Коллекционер» выполняет важную функцию предвидения развития событий и наталкивает читателя на то, что в романе речь пойдет о желании чем-то овладеть, что-то приобрести. Свою страсть коллекционировать бабочек он распространяет на людей: Миранда для него подобна бабочке, которая должна остаться в его «коллекции». Извращенное сознание и больной разум не позволяют Клеггу увидеть разницу между живым человеком и насекомым. Таким образом, интертекстуальность играет значительную роль в данном романе. Обращаясь к шекспировским образам, автор обнажает изменения в обществе, показывает «мир как хаос»: люди перестают ценить жизнь друг друга, они становятся жестоки и циничны.

**И. Борзенкова**

## СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РОМАНА К. ВОННЕГУТА «МАТЬ ТЬМА»

Роман Курта Воннегута «Мать Тьма» был опубликован в 1961 году и относится к американской послевоенной постмодернистской литературе. Воннегут задумал свое произведение как роман о шпионе, написанный от его лица. Несмотря на это, в центре внимания автора находится не деятельность главного персонажа, американского шпиона Говарда Кэмпбелла, во времена Второй мировой войны, а его внутренний конфликт в послевоенное время, противоречия между чувством долга и совестью, размышления о сущности добра и зла и их способности уживаться в одном человеке, что в большей степени присуще философским и психологическим романам. Жанрово-тематические особенности романа во многом обусловили его стилистическое своеобразие.

Отличительной чертой постмодернистских романов является их многослойность, достигаемая благодаря интертекстуальности. Заглавие романа «Мать Тьма» позаимствовано из монолога Мефистофеля в трагедии Гёте «Фауст», что позволяет автору связать эти два произведения на идейном уровне. Как Гёте, так и Воннегута волновала тема добра и зла, способны ли они уравнивать друг друга; таким образом, заглавие романа предвосхищает философские темы и вопросы, затронутые в произведении. Среди паратекстуальных элементов следует также выделить эпиграф, в качестве которого Воннегут выбрал отрывок из поэмы Вальтера Скотта «Песнь последнего менестреля», который, как выясняется при прочтении романа, с большой точностью и глубиной описывает внутренний мир главного персонажа произведения. Отсылки автора к известным произведениям Гёте и Вальтера Скотта выполняют две функции. С одной стороны, в традициях постмодернизма Воннегут занимается поиском «своего» читателя: знакомого с классикой мировой литературы, образованного и эрудированного. С другой стороны, подобные отсылки позволяют идейно и тематически связать роман с текстами-предшественниками, в которых затрагивались схожие философские вопросы, обогащая и дополняя образы и содержание произведения.

Особого внимания заслуживает посвящение книги Мате Хари, что представляет собой историческую аллюзию. Ссылаясь на нее в посвящении романа, автор проводит параллель с главным персонажем произведения: как и она, Кэмпбелл был человеком искусства, которому были чужды политика и военные действия. Это лишь усиливает трагизм романа, в котором человек, созданный созидать, по стечению обстоятельств оказался втянутым в порочный круг разрушения человеческих жизней.

Таким образом, стилистические особенности романа «Мать Тьма» во многом обусловлены принадлежностью произведения к эпохе постмодернизма. Широкий спектр художественных приемов, в частности таких, как

интертекстуальность и аллюзии, преимущественно исторического характера, задействован Воннегутом для более емкой и экспрессивной передачи идейной составляющей романа и отображения гуманистических взглядов автора.

## **К. Бычина**

### **ТЕМА ИНАКОВОСТИ И СИМВОЛИЧЕСКОЙ БЕЗДОМНОСТИ В РОМАНЕ ДЖ. РИС «ШИРОКОЕ САРГАССОВО МОРЕ»**

Роман «Широкое Саргассово море» Джин Рис – история белой креолки Антуанетты Косвей, ее детства на Карибских островах, а также губительного для девушки договорного замужества, приведшего к ее трагической гибели. Фактически это приквел к «Джейн Эйр» Шарлотты Бронте, нерасказанная ранее история Берты Мейсон, сумасшедшей первой жены мистера Рочестера, привезенной им в Англию с Ямайки. Антуанетта находится в состоянии символического изгнания и не ощущает принадлежности ни к одному из изображенных в романе пространств.

Первая часть романа рассказывает о детстве Антуанетты в поместье Колибри на Ямайке. Инаковость Антуанетты показана через ее внутренние монологи и взаимодействие с местными жителями. Она символически «бездомна», отвергаема как креолами, потомками чернокожих рабов, так и приезжими европейцами. Отношения с единственной подругой по имени Тиа заканчиваются ее словами о том, что «настоящие белые люди» не принимают семью Косвей по причине их бедности. Также Тиа присутствует в сцене поджога усадьбы, которая является итогом глубоко укоренившейся ненависти местного населения к семье Косвей. Вторя толпе, Тиа бросает камень в бывшую подругу, которая бежит к ней в надежде на спасение.

Вторая часть романа начинается с описания медового месяца Антуанетты и ее мужа, англичанина Рочестера, которого тяготит Доминика, окружающие его люди и даже природа. Через его отношение к непривычным для него растениям и пейзажам передается его инаковость: он ощущает собственную незащищенность в чужой стране, вдали от привычного уклада жизни. Во время ссоры с Антуанеттой он прямо заявляет, что даже здешняя природа якобы против него, на стороне жены. Его раздражают сильные цветочные запахи, а яркие тропические краски кажутся чрезмерными.

В попытке вернуться к привычному для себя окружению и стилю жизни, он увозит жену в Англию. О нахождении в Англии и рассказывается в третьей, самой короткой части романа, рассказанной от лица Берты-Антуанетты. Повествование похоже на поток сознания без какой-либо структуры, и в этом потоке прослеживается отчаяние девушки: она заперта в доме в стране, которая всегда казалась ей выдумкой. Мистер Рочестер так долго убеждал Антуанетту, что она сумасшедшая, как и ее мать, что в итоге героиня и сама начинает в это верить. Выход из охватившего ее безумия Антуанетта видит лишь один – покончить жизнь самоубийством. Это решение приводит к важнейшему эпизоду романа «Джейн Эйр», сцене пожара в поместье.

Таким образом, «Широкое Саргассово море» – сюжет не только о разрушающем супружестве, но и о стремлении белой креолки к самоидентификации, а также об отношениях Англии с ее бывшими колониями.

## А. Габелко

### ШЕКСПИРОВСКИЙ ИНТЕРТЕКСТ В РОМАНЕ О. ХАКСЛИ «О ДИВНЫЙ НОВЫЙ МИР»

В современном литературоведении широко используются понятия *интертекстуальность* и *интертекст*. Термин *интертекстуальность* был впервые введен Ю. Кристевой в 1967 году. Он обозначал коммуникативную связь между текстами разных эпох. Основой для данных исследований стали труды М. Бахтина, который утверждал, что помимо данной художнику действительности, он также осваивает предшествующую и современную литературу, с которой таким образом находится в постоянном «диалоге».

Шекспировский интертекст присутствует в романе Олдоса Хаксли «О дивный новый мир» на нескольких уровнях. Творчество У. Шекспира является своеобразным лейтмотивом, которое создает важные аллюзии в повествовательной ткани данного романа. Заглавие романа – цитата, взятая из романтической драмы «Буря» («The Tempest»). Данная аллюзия подключает текст-источник ко всему тексту-реципиенту и сразу же определяет установку на восприятие произведения под углом переключек смыслов. Текст романа воспринимается через призму шекспировской пьесы и обнаруживает ряд интертекстуальных трансформаций. На *композиционно-сюжетном уровне* осуществляется вариативное использование исходного сюжета. На *пространственно-временном уровне* также имеются определенные схождения: действие в пьесе У. Шекспира «Буря» происходит на ограниченной территории острова Просперо; в романе «О дивный новый мир» – также на ограниченной территории, только в пространстве Мирового Государства на сотни лет вперед. На *образном уровне* очевидны переключки между главными действующими лицами Бернардом и Калибаном. Действительно, у них много общего – сомнительная история появления на свет, физическое несовершенство, выливающееся в недовольство и агрессию. Попавшись, как и Калибан, во время неудачного бунта, Бернард теряет всю свою воинственность и начинает умолять пощадить его. Важен и *идейно-смысловой уровень*: сам роман служит одновременно и ироничным повторением истории, и возможным ее продолжением, в нем демонстрируется неоднозначность будущего в счастливом «новом мире».

С одной стороны, несмотря на соответствия с шекспировским текстом, которые можно обнаружить в этом романе, «О дивный новый мир» едва ли стоит рассматривать лишь как более современную интерпретацию произведения У. Шекспира. В своем произведении О. Хаксли мастерски играет персонажами и темами «Бури», затрагивая важные вопросы современности. С другой стороны, хотя роман О. Хаксли может быть прочитан,

проанализирован и проинтерпретирован как самостоятельное произведение, именно контекст шекспировской драмы дает читателю возможность глубоко прочувствовать связь прошлого, настоящего и будущего, осмыслить противоречия человеческой природы, задуматься об универсальных, общечеловеческих ценностях.

## **Геворкян В.**

### **ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА СЛЕНГА, ЖАРГОНА И ИНОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РОМАНЕ Д. ТАРТТ «ЩЕГОЛ»**

Для того чтобы максимально грамотно перевести элементы сниженной лексики, стоит помнить о существующих переводческих трансформациях. Отправной точкой для перевода сниженной лексики исходного языка следует считать поиск в качестве возможных аналогов элементов сниженной лексики в языке перевода. Удобство этого пути заключается в том, что подобными аналогами обладает любой развитый язык. Например: *to feel unmoored* – сорвало башню, *bazooms* – буфера.

Все переводческие процессы можно свести к следующим видам трансформаций: переводческое транскрибирование и транслитерация, калькирование и лексико-семантические замены (конкретизация, генерализация, модуляция), грамматические трансформации (синтаксическое уподобление, дословный перевод), членение предложения, объединение предложений, грамматические замены (формы слова, части речи или члена предложения), а также комплексные лексико-грамматические трансформации, к которым относятся антонимический перевод, экспликация (описательный перевод) и компенсация.

*“Suit yourself, yo,” he said, in his “gangsta” voice (discernible from his regular voice only by the hand gesture and the “yo”) as he got up and roll-walked out. “Nigga gotz to eat.” – Йоу, чувак, как хочешь тогда, – сказал он своим «гангста»-голосом, который от его обычного отличался только словом «йоу» и вот этим жестом, встал и пошаркал к выходу. – Ниггер пошел хавать. На данном примере можно увидеть применение калькирования (gangsta, nigga) и приема смыслового развития при переводе *suit yourself, yo* – йоу, чувак, как хочешь тогда. “Lidiya – Lidiya is sexy woman,” he said contemplatively. “Long legs – bazooms – good looking. Big zest for life. But this business – you don’t want big flash, like her.” Лидия... Лидия – баба сексуальная, – задумчиво сказал он. – Ноги длинные... сиськи... симпатичная. Жадна до жизни. Но в таком деле кого-то вроде нее – яркого, заметного – брать не надо. В данном фрагменте присутствует прием экспликации (описательного перевода), где слово *big flash* декодировано на русский язык путем простого описания – кто-то вроде нее, яркий, заметный.*

Перевод сленгизмов, жаргонизмов и других единиц сниженной и просторечной лексики – непростая задача для переводчика. Большую важность при этом представляют «фоновые знания» о сленге, то есть информация

о ситуации употребления соответствующего сленгизма. Подобная информация, к сожалению, находит пока очень слабое отражение в современных двуязычных словарях. Все это в какой-то степени затрудняет работу профессиональных переводчиков. Поэтому лишь точное знание значений лексем, их семантических и стилистических особенностей, стиля и образной системы переводимого текста является основным критерием перевода сниженной лексики, которой насыщен роман известной американской писательницы Донны Таррт «Щегол».

**О. Гилеп**

### СПЕЦИФИКА ХРОНОТОПА В РОМАНЕ В. ВУЛФ «ОРЛАНДО»

В современных литературных текстах большую значимость приобретает хронотоп. Данный термин, введенный в сферу гуманитарных наук известным теоретиком М. М. Бахтиным, обозначает взаимосвязь пространственных и временных характеристик художественного произведения. Хронотоп является способом отражения действительности, эстетических установок и особенностей мировоззрения автора.

Хронотоп романа В. Вулф «Орландо» сложен и многомерен. Художественное пространство романа расширяется интенсивно и динамично, однако оно не превалирует над художественным временем, находясь с ним в балансе. Неся в себе исторические и географические координаты, пространство зачастую выступает в роли внутреннего, психологического компонента внутреннего мира Орландо. Линейное же расположение событий романа связывается с реальным, объективным временем. Время в романе выступает в роли осязаемой силы, способной трансформировать реальность. Оно также является способом индивидуального восприятия и осмысления главным героем окружающего мира, сменяющегося на протяжении четырех веков.

В романе присутствует циклический хронотоп, который наиболее ярко проявляется в хронотопе дома Орландо, причем внутреннее пространство-время подвергается изменению на протяжении четырех столетий. Важной особенностью хронотопа является сочетание его линейности, отраженной в «биографичности» романа, и нелинейности, которая обнаруживает себя в постоянном прерывании реального хроноса и топоса для обращения к внутреннему, психологическому хронотопу в форме размышлений и воспоминаний героев.

В романе присутствует раблезианский хронотоп. На протяжении всего действия романа происходит развитие личности Орландо, становление его как поэта, поиск своего собственного полного «я», целостной идентичности. Элементы хронотопа дороги очевидны в описании жизненного пути главного героя. Хронотоп порога в «Орландо» – бой курантов, звук которых знаменует переломные моменты в жизни главного героя и является основным элементом эволюции его внутреннего мира. Значимым является хронотоп дома-замка Орландо, время и пространство которого пронизано духом различных эпох, а сам он является символом английской традиции и преемственности.

Следует отметить, что спецификой хронотопа романа «Орландо» является его экспериментальная природа. Жизнь главного героя составляют множество пространств-моментов, отражающихся в его сознании. Сознание выступает в качестве центральной категории рассматриваемого романа. Ведь именно через призму сознания личности определяется пространство и время, именно в сознании объединяются все пространственно-временные ситуации, описанные в романе. Как и время, так и категория пространства позволяет познать внутреннее, психологическое состояние Орландо.

## **А. Горбацевич**

### **ТИПЫ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ В МАЛОЙ ПРОЗЕ ДЖ. К. ОУТС (на примере сборника «Одержимые. Гротески»)**

В современных исследованиях текста и дискурса активно используется понятие интертекстуальности. Этот термин, введенный в 1967 году теоретиком постструктурализма Ю. Кристевой, сегодня стал одним из основных в анализе художественных произведений постмодернизма.

Интертекстуальность изучается уже несколько десятилетий. Однако проблема типологизации интертекста до сих пор не решена. В свое время такие исследователи, как А. А. Попович, П. Х. Тороп, занимались классифицированием интертекстов. Российский исследователь Н. А. Фатеева предложила свою типологизацию интертекстуальности, выделив а) собственно интертекстуальность, образующую конструкцию «текст в тексте»; б) паратекстуальность, или отношение текста к своему заглавию, эпиграфу, послесловию; в) метатекстуальность как пересказ и комментирующую ссылку на претекст; г) гипертекстуальность как осмеяние или пародирование претекста; д) архитектстуальность, понимаемую как жанровая связь текстов.

Для выражения интертекстуального взаимодействия между анализируемым и прецедентным текстами используются элементы, именуемые фигурами интертекстуальности. В их качестве могут выступать следующие: цитирование, текстовая аппликация, текстовая аллюзия, эпиграф, парафраз, пародия и подражание (способы имитации авторского стиля).

Неотъемлемой частью осмысления литературы постмодернизма является изучение интертекстуальности, поскольку она является ключом к постижению идейно-смысловой глубины произведений. Ярким тому доказательством может служить анализ интертекстуальных связей между новеллами из сборника американской писательницы Дж. К. Оутс «Одержимые: Гротески» («*Haunted: Tales of the Grotesque*», 1994) и их прецедентными текстами.

Исследуя интертекстуальные связи между новеллами Э. А. По «Черный кот» («*The Black Cat*», 1843) и Дж. К. Оутс «Белая кошка» («*The White Cat*»), следует отметить схожесть названий, которая заявляет об источнике этой художественной интерпретации, центральном персонаже, феминистском

ключе, в котором писательница переосмысливает готическую новеллу своего предшественника. Здесь используется такая фигура интертекстуальности, как аллюзия, а посредством заимствования ключевых элементов сюжета актуализируются метатекстуальные связи между данными произведениями.

В новелле «Проклятые обитатели дома Блай» («Accursed Inhabitants of the House of Bly»), которая представляет собой художественную интерпретацию новеллы Г. Джеймса «Поворот винта» («The Turn of the Screw», 1898), Дж. К. Оутс мастерски использует прием заимствования прецедентной ситуации, опираясь на основные сюжетные коллизии, что обеспечивает метатекстуальную связь текстов, расставляя при этом иные акценты, проливающие свет на видение главных героев, на их сущность, взаимоотношения и роль в происходящем.

### **А. Григоркевич**

#### **РОМАН ДЖ. ФАУЛЗА «ЖЕНЩИНА ФРАНЦУЗСКОГО ЛЕЙТЕНАНТА» В СВЕТЕ ТЕОРИИ ПСИХОАНАЛИЗА**

Популярность психоаналитической теории Зигмунда Фрейда обусловила появление такого литературоведческого метода, как психоаналитическая литературная критика, согласно которому литературные произведения полны скрытых смыслов, отражающих подавленные влечения и психологические проблемы персонажей, автора или даже читателя. Часто с этой точки зрения анализируют произведения писателей-постмодернистов, выдающимся представителем которых является Джон Фаулз, чьи романы наполнены психологизмом, символами и аллюзиями.

С точки зрения теории психоанализа образы главных персонажей его романа «Женщина французского лейтенанта» («The French Lieutenant's Woman», 1969) можно представить в качестве элементов структуры личности: Сара Вудраф является воплощением Ид, персонажи вроде миссис Поултни и Эрнестины Фримен – Суперэго, а Чарльз Смитсон репрезентирует Эго. Для него появление непредсказуемой, подчеркнуто «другой» Сары становится вторжением бессознательного, освобождением от пут, наложенных обществом и его собственным пониманием долга. Образ Сары изначально был задуман автором, согласно постмодернистской стилистике, как сложный, многогранный и непредсказуемый, что позволяет видеть в нем как «новую женщину», упрек викторианской эпохе, так и личность, проявляющую истерические и порой даже садистские черты. Ее поведение, в частности, изобретение истории о французском лейтенанте, можно рассматривать как идентификацию с агрессором – один из защитных механизмов психики. Действия Чарльза же можно трактовать как другой защитный механизм – сопротивление. В целом, их взаимоотношения, согласно лакановскому психоанализу, представляют собой трансфер – особый вид отношений, когда любовь возможна по преимуществу к тому, кто вовлечен в поле травмы субъекта, а желание функционирует исключительно

в травматическом регистре. Согласно этой концепции, Сара пытается избавиться от травмирующего означаемого (французского лейтенанта), а Чарльзу отводится роль ее спасителя.

«Женщина французского лейтенанта» – это переосмысление жанра романа, игра с его формами, обыгрывание традиционных приемов. Многочисленные цитаты и сюжетные отсылки к произведениям писателей-викторианцев (Т. Гарди, Ч. Диккенса и др.) с одной стороны, воссоздают образ того времени, а с другой – обнажают его пороки. Викторианская эпоха представлена Фаулзом как угнетенная, травмированная, фундаментально несбалансированная культура. Посредством образов персонажей, в первую очередь Сары Вудраф и Чарльза Смитсона, Фаулз пытается «проговорить» эту травму и обнажить сдерживаемые ханжеским обществом содержания.

**М. Довыденко**

### ГОТИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ В РОМАНЕ П. АКРОЙДА «ДОМ ДОКТОРА ДИ»

Готическая литература имеет более чем двухвековую историю. Первое произведение в этом жанре – «Замок Отранто» – написано Горацием Уолполом и опубликовано в 1764 году. Основным жанром готической литературы стал готический роман – произведение мистического толка, героями которого чаще всего являются призраки, вампиры, мрачные люди с загадочным и темным прошлым и не менее темным настоящим, монахи, мистики. Действие литературных готических произведений, как правило, разворачивается в готическом мрачном замке, подземелье, пещере.

«Дом доктора Ди» («The House of Doctor Dee», 1993) является одним из широко известных исторических романов П. Акройда. В романе два временных плана: XVI век и современность. В доме, расположенном в Кларкенуэлле (восточная часть старого Лондона), живут прославленный алхимик елизаветинской эпохи Джон Ди и современный ученый Мэтью Палмер, которых разделяет время и объединяет место. Повествование ведется от первого лица двух персонажей, их монологи перемежаются друг с другом.

В романе присутствуют черты готического и исторического романов, а также романа путешествия, однако ни один из этих жанров не развивается в полную силу и не становится главенствующим. Стоит отметить, что эффекту соединения времен способствует кольцевое построение текста, т.е. глава, рассказывающая о прошлом, продолжает главу, повествующую о настоящем, и наоборот.

Самым значимым готическим элементом романа «Дом доктора Ди» является дом, в котором происходят основные события романа. Видения и странные происшествия сразу окутывают дом атмосферой тайны. Он является обиталищем духов прошлого, и поначалу Мэтью постоянно испытывает страх, вызванный странными событиями, которые происходят в его новом жилище: в доме снаружи больше окон, чем внутри; тени в доме

падают под необычным углом, будто не совсем соответствуя тем предметам, которые их отбрасывают. Кто-то моет посуду, убирает постель. Также Мэтью посещают видения: человек в черном плаще, лицо в облаках. В этом же доме во время спиритических сеансов доктору Ди удастся вызвать из небытия духов и ангелов. Именно в этом месте к елизаветинскому ученому приходят призраки отца и жены и показывают ему видения ада и рая, что в последствии меняет его жизненные ориентиры.

Готическая составляющая не занимает ведущего положения в романе. Однако элементы этого жанра создают атмосферу таинственности и в некоторой степени вызывают чувство страха и отвращения как у персонажей, так и у читателей.

## **В. Дорожей**

### **«МАРТИН ИДЕН» ДЖ. ЛОНДОНА КАК РОМАН О ХУДОЖНИКЕ**

Тема искусства и художника популярна в мировой литературе, что обусловило появление особого жанра – романа о художнике. Роман о художнике берет свое начало из немецких традиций эпохи романтизма XVIII века. Научный термин *Künstlerroman* часто пишется по-немецки для того, чтобы акцентировать генезис и семантику данной разновидности романа. В романе о художнике главный акцент делается на центральном герое романа, который ищет свое место в жизни и, в конце концов, после многочисленных сомнений и испытаний, приходит к творчеству как единственному возможному призванию. Основная задача данного жанра состоит в том, чтобы раскрыть главного персонажа – художника, который развивается с самого детства до момента, подтолкнувшего его к осознанию своего художественного потенциала и своей миссии.

Вершиной творчества американского писателя Джека Лондона является его всемирно известный роман «Мартин Иден» («Martin Eden», 1909). Данный роман представляет собой классический образец реалистического социально-психологического романа, однако в нем обнаруживаются и черты «романа о художнике». Образом творческой личности в романе является главный герой, Мартин Иден. Будучи бедным малообразованным моряком, он принимает решение изменить свою жизнь, посвятить ее искусству, стать писателем. Джек Лондон уделил большое внимание процессу формирования и становления главного героя как писателя, его борьбе со вкусами современников, его внутреннему конфликту из-за необходимости продавать свое искусство. Образ Мартина Идена представлен в динамике: если в начале произведения он воспринимает себя как творца, который с помощью своего таланта и оригинальности способен не только самореализоваться, но и быть коммерчески успешным, то спустя некоторое время он понимает, что это невозможно, что массовое искусство сильнее его и таких, как он. Главным мотивом для самореализации Мартина является любовь к Руфи, однако достигнув желаемого, главный герой отказывается от нее. Трагизм образа

Идена заключается в том, что ему пришлось предать свои идеи и принципы, сломаться под давлением существующей литературной системы, разочароваться в Руфи, высшем обществе и «американской мечте» материального успеха. Роман заканчивается смертью героя, которая предстает как логическое завершение неравной борьбы человека с силами, которые ему неподвластны – социальные различия, давление общественного мнения, коммерциализация искусства.

Рассматривая роман «Мартин Иден» как роман о художнике, стоит отметить в нем описания произведений, созданных Мартином Иденом (рассказы «Позор солнца», «Песни моря» «Колокольный звон», «Вики-Вики», «Звездная пыль» и т.д.), наличие фигуры наставника, способствующего формированию убеждений Мартина Иден (Рэсс Бриссенден, писатель-социалист), а также автобиографический элемент, так как в романе очевидны переключки жизненной истории главного героя с биографией и мировоззрением его создателя.

## **К. Жолудь**

### **СИМВОЛИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ОБРАЗОВ ЕДЫ И ПРИГОТОВЛЕНИЯ ПИЩИ В РОМАНАХ М. КАННИНГЕМА**

Майкл Каннингем (род. в 1952 г.) – выдающийся американский прозаик конца XX – начала XXI в., лауреат Пулитцеровской премии 1999 года. Творческий талант писателя отличается глубиной и неисчерпаемостью. Его внимание привлекают перипетии судеб самых разных людей. Более того, автору не важны цвет кожи и пол его персонажей, первостепенное значение имеет для него то, кем является человек по своей сути. Герои многих его романов – это люди ищущие и страдающие, люди, пытающиеся выразить себя любым из известных им способов. Одним из таких способов является приготовление пищи, которое наряду с образами еды приобретает в произведениях М. Каннингема глубокое символическое значение.

Романы «Дом на краю света» («A Home at the End of the World», 1990), «Плоть и кровь» («Flesh and Blood», 1995) и «Часы» («The Hours», 1998) по праву считаются одними из лучших работ писателя. Кулинарные пристрастия, как каждого отдельного героя этих произведений, так и целых семей, дают яркую и полноценную характеристику персонажам, свидетельствуя об их тайных желаниях, мечтах, стремлениях, внутренних и внешних конфликтах и даже об их болезнях. Таким образом, высказывание «Ты то, что ты ешь», подтверждается логикой развития характеров, мастерски создаваемых М. Каннингемом.

Каждый продукт или блюдо изображаются в данных романах не просто как предмет удовлетворения голода, а как нечто большее, как символ самого персонажа либо отдельной черты его характера. Например, домашний торт – это не только лакомство, но олицетворение судьбы хозяйки, которая его готовит, того, с чем она подсознательно себя идентифицирует («Плоть

и кровь», «Часы»). Выпекая и украшая торты, обе героини пытаются доказать себе и окружающим, что их жизнь прекрасна и они счастливы тем, что имеют, хотя это и не соответствует истинному положению вещей. С другой стороны, помидор в романе «Плоть и кровь» является символом любви к земле и своим близким, а одновременное упоминание в сюжетной канве помидора и кукурузы ассоциируется с изобилием любви.

Значимо, что судьбы главных героинь трех романов Элис Гловер, Мэри Стассос и Лоры Браун очень схожи. Все они несчастны в браке и потому страдают. Они готовят еду, невольно воспринимаемую ими как отражение собственной жизни, которой они недовольны, и поэтому постоянно пытаются привнести в нее нечто новое и интересное. Эти женщины боятся общественного порицания, стремятся достичь идеала и страдают от одиночества.

Таким образом, М. Каннингем обращается к символике еды и кулинарного искусства как эффективному способу характеристики персонажей, сюжетно-композиционному приему, средству создания атмосферы и акцентирования ключевых идей своих произведений.

## **В. Жук**

### **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ (на примере романов Т. Моррисон)**

Имена собственные занимают значимое место в лексике всех существующих в мире языков, что привлекает к ним особое внимание многих исследователей. Изучением имен собственных как феномена языка занимается отдельная наука – *ономастика*.

*Ономастика* – один из разделов языкознания, который изучает любые имена собственные, историю их возникновения, хронологические и исторические трансформации, произошедшие с ними, а также рассматривает методы и приемы заимствования. Раздел ономастики, который занимается изучением специфики поэтонимов в художественных текстах, именуется поэтической ономастикой.

Яркой иллюстрацией того, в чем заключается сложность перевода имен собственных в художественных произведениях, являются произведения такого автора, как Тони Моррисон – американской писательницы, редактора и профессора, лауреата Нобелевской премии по литературе 1993 года. Одно из таких произведений – роман «Песнь Соломона». Мною были проанализированы оригинальный текст и перевод на русский язык, выполненный Екатериной Васильевной Коротковой.

В романе «Песнь Соломона» встречается большое количество имен собственных: имен, фамилий, прозвищ, обозначений исторических лиц. Присутствуют как традиционные имена, так и оригинальные авторские, заключающие в себе значимую смысловую нагрузку и играющие важную роль в создании идейно-смысловой основы произведения.

Вполне естественно, что большую часть используемых имен собственных составляют имена и фамилии, которые семантически «не наполнены». Такие имена собственные традиционно переводятся на русский язык с помощью транскрипции с элементами транслитерации: *Mr. Smith* ‘Мистер Смит’, *Freddie* ‘Фредди’, *Mrs. Bains* ‘Миссис Бейнс’.

Кроме того, в романе встречается целый ряд имен собственных, которые имеют переводческие соответствия в русском языке, закрепленные традицией и зафиксированные в специальных лексикографических источниках. Примером могут служить такие имена, как *Graham* ‘Грэм’, *Circe* ‘Цирцея’.

Большинство смысловых имен собственных в романе «Песнь Соломона» заимствованы из Библии. Например, одна из главных героинь романа носит библейское имя *Ruth*, упоминается также и второстепенная героиня с этим именем. Переводчик нашел правильное решение для данной переводческой проблемы и применил два варианта перевода, которые существуют у имени, – *Руфь* (библейский вариант, для основного персонажа) и *Рут* (современный вариант, для второстепенного персонажа).

Анализ переводческих эквивалентов имен собственных показывает, что при их переводе следует учитывать целый спектр разнообразных элементов смысла: прозрачную внутреннюю форму, аллюзивный характер, эмоционально-оценочную составляющую.

## Е. Журомская

### ЖЕНСКИЕ СУДЬБЫ В РОМАНЕ З. Н. ХЕРСТОН «ИХ ГЛАЗА ВИДЕЛИ БОГА»

В 1937 г. роман «Их глаза видели Бога», вышел из-под пера одной из знаковых фигур Гарлемского ренессанса – Зоры Нил Херстон.

«Их глаза видели Бога» является историей о черной женщине, находящейся в поиске идентичности. В процессе самоопределения Джейни Крофорд сталкивается с трудностями, обусловленными ее половой принадлежностью и последствиями навязанного ей жизненного пути. В поисках счастья и любви главная героиня трижды выходит замуж. В первом случае выбор супруга навязан воспитавшей ее бабушкой, Нэнни, бывшей рабыней, согласно убеждениям которой черная женщина должна желать найти мужчину, у которого есть своя собственность и возможность обеспечивать свою жену. Поэтому замужество ее внучки с Логаном Килликсом должно помочь Джейни состояться как женщине. В моменты неподчинения и нежелания выполнять его приказы муж своими речами и действиями не отличается от рабовладельца: с его губ слетают оскорбления и угрозы в адрес Джейни. Героиня начинает понимать, что Нэнни была неправа, утверждая, что брак влечет за собой любовь, ведь с первым браком этого так и не произошло.

Желание познать любовь, исследовать мир и обрести духовную свободу приводит главную героиню к побегу от монотонной жизни в первом браке. Второй брак Джейни с амбициозным политиком Джоди Старксом изначально представляется идиллией. Кажется, что Джоди очень отличается от первого мужа Джейни. Но для Джоди роль его жены заключается в том, чтобы она была его безмолвной тенью в глазах окружающих, дополнением к его статусу мэра. В этом браке главной героине так и не удается уяснить смысл желаемого, вместе с тем она теряет надежды испытать когда-нибудь чувство любви.

Третий брак Джейни с Ти Кейком позволил ей постигнуть истинный смысл любви и страсти, чего она никогда не испытывала с предыдущими мужьями. Болезнь Ти Кейка, в последующем забравшая его жизнь, напомнила героине о драгоценной природе жизни и о достоинстве. Во время разговора со своей лучшей подругой, Фиби, Джейни откровенно рассказывает про свою жизнь, при этом она представляет ее без сожаления о потерянной любви, но с чувством внутренней силы от любви, которую она испытала, и от опыта, который она получила.

Побывав в браке с тремя разными мужчинами, главная героиня отнюдь не была счастлива с каждым из них, но даже через эти взаимоотношения Джейни смогла постичь счастье через обретенную независимость и свободу. Она отвергает все устои и находит наслаждение в интерпретации своего собственного опыта. Таким образом, раса, пол, положение в обществе не помешали главной героине познать себя.

## **К. Зиновьева**

### **ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ХАРАКТЕРОВ В РОМАНАХ Д. ТАРТТ «ТАЙНАЯ ИСТОРИЯ» И «ЩЕГОЛ»**

Донна Тартт – американская писательница, лауреат Пулитцеровской премии 2013 года. В свет вышли три ее романа: «Тайная история» («The Secret History», 1992), «Маленький друг» («The Little Friend», 2002) и «Щегол» («The Goldfinch», 2013). Критики часто отмечают стиль повествования романов писательницы, который напоминает манеру Ч. Диккенса.

XXI век принес в литературу как произведения нового формата, так и персонажей нового типа, которым можно дать следующую характеристику.

1. Некоторые герои похожи на созданных ранее литературных персонажей (частая аллюзия на всем известных героев – Розенкранца и Гильденстерна, Бриджит Джоунс и др.).

2. При создании характеров авторы используют фантастические элементы (магический реализм, научная фантастика).

3. Изменяются формы коммуникации между героями произведения, что способствует более углубленному изучению литературного диалога.

4. Явления XXI в. оказывают влияние на характер (теракты, глобальные изменения климата, социальные сети, глобализация и т.д.).

Несмотря на приверженность Д. Тартт к «классическому» стилю повествования, действие ее романов соотносится с реалиями нового тысячелетия, тем самым позволяя раскрыть особенности создания современных персонажей. Изображенное в романах влияние на персонажей современных реалий, формирующее их характер, дает нам новую перспективу, новый контекст их развития. Так, например, Тео Деккер («Щегол») попал под травматическое влияние теракта. Тео преследовала мысль о том, насколько внезапно жизнь может перевернуться с ног на голову и что судьба неподвластна ему. Это способствовало отчуждению его от остальных людей. Друг Тео – Борис – также попал под влияние глобализации: с самого детства он путешествовал по разным странам, что «размыло» его культурную идентичность.

Ричард Пейпен («Тайная История») поддался влиянию своих новых друзей посредством полного погружения в их жизнь, из-за чего впоследствии он утратил самостоятельность и самоконтроль.

Таким образом, сущность нового тысячелетия не перестает модифицировать литературные составляющие. Чтобы лучше понять литературу и вызовы нового времени, требуется отслеживание этих модификаций и их интерпретация.

## **Д. Казымова**

### **ДУХОВНЫЙ ПОИСК ГЛАВНОГО ГЕРОЯ В РОМАНЕ Э. ГИЛБЕРТ «ЕСТЬ, МОЛИТЬСЯ, ЛЮБИТЬ»**

Духовный поиск – это поиск себя и смысла жизни. Поиск духовного является сущностной потребностью зрелой личности познать смысл своей жизни и суть своего существования. Он предполагает индивидуальный путь. На этом пути могут быть наставники, единомышленники, но никак не абсолютные авторитеты в виде книг или гуру. Если человек нашел некий источник «Истины», то на этом его духовный поиск окончен.

У К. Юнга есть теория так называемых архетипов. Архетипы – врожденные идеи или воспоминания, общие для всех людей, которые predisполагают людей воспринимать, переживать и реагировать на события определенным образом. Юнг описал множество архетипов, дав им условные названия. В качестве важнейших архетипов Юнг выделил архетипы «Персоны», «Тени», «Анимуса» («Анимы»), «Самости» и «Мудреца».

«Персона» – это наше публичное лицо, наша маска, т.е. то, как мы проявляем себя в отношениях с другими людьми. Архетип «Тень» представляет подавленную темную, дурную и животную сторону личности.

«Анима» представляет собой внутренний образ женщины в мужчине, его бессознательную женскую сторону; в то время как «Анимус» – внутренний образ мужчины в женщине, ее бессознательная мужская сторона. Таким образом выстраивается формула «1 + 1 = 1» и это значит, что женщина без мужчины, как и мужчина без женщины – не могут быть полноценными.

«Мудрец» («Дух»). «Знание, размышление, озарение, мудрость, ум и интуиция» – так описывает Юнг качества, присущие этому архетипу. «Мудрец» является наставником, советником, т.е. личностью, обладающей авторитетом. «Самость» – наиболее важный архетип в теории Юнга. «Самость» представляет собой сердцевину личности, вокруг которой организованы все остальные элементы. Когда достигнута интеграция всех аспектов души, человек ощущает единство, гармонию и целостность. Таким образом, в понимании Юнга развитие самости – это главная цель человеческой жизни.

Роман «Есть, молиться, любить» состоит из трех частей: Италия, Индия, Индонезия. В первой части романа Элизабет как бы отбрасывает свою тень и становится самой собой. Она примеряет свою «Тень» и «Персону», и они становятся одним целым. В Индии она учится освобождаться от прошлого и достигает единства с духом. В последней части она находит своего «наставника», а также архетип «Анимус».

В этой заключительной части Гилберт подытоживает свой путь: «Я думаю о том, каким человеком стала, о моей сегодняшней жизни, о том, что мне всегда хотелось быть таким человеком и жить именно так, освободившись от необходимости притворяться кем-то другим, кем на самом деле не являюсь».

Таким образом мы видим, что поиск счастья не может заключаться в чем-то одном. Поиск счастья многогранен, смысл жизни многогранен, самость многогранна. И для того, чтобы найти свое «Я», нужно пройти не один этап.

## **В. Козина**

### **ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПСИХОЛОГИЗМА В РОМАНЕ Т. ДРАЙЗЕРА «АМЕРИКАНСКАЯ ТРАГЕДИЯ»**

Термин *психологизм* в современных энциклопедических и справочных изданиях определяется авторами с опорой на ключевое понимание: глубокое и детальное изображение внутреннего мира героев, их мыслей, желаний, переживаний, составляющее существенную черту эстетического мира произведения. Психологический анализ появляется в западноевропейской литературе во второй половине XVIII века (эпоха сентиментализма), когда особенно популярны эпистолярные и дневниковые формы.

Существует две линии психологизма – модернистская и реалистическая. К реалистической линии психологизма можно отнести Теодора Драйзера (1871–1945) – одного из самых выдающихся писателей США рубежа XIX–XX веков. Характерной чертой американских реалистов было то, что, заимствуя некоторые формальные особенности модернистского романа, они сохраняют эстетические принципы критического реализма: умение создавать социальные типы, показывать типические для американской действительности обстоятельства провинциальной и столичной жизни; умение изображать жизнь как противоречивый процесс, как постоянную борьбу

и действие, в отличие от декадентского романа, который заменяет изображение социальных противоречий уходом во внутренний мир героя, в область подсознательного.

Драйзер считал, что американская действительность при кажущемся внешнем благополучии трагична и ужасна. По его мнению, задачей писателей-реалистов является описание всех сторон американской жизни: не только спорт, жизнь Голливуда, создание трестов и корпораций, появление новых автомобилей, но и «ад и чистилище» американской жизни.

Роман «Американская трагедия» является вершиной творчества Теодора Драйзера. В нем затронуты острые социальные проблемы американского общества, убедительно доказывается, что за фасадом показного буржуазного благополучия скрываются горе и отчаяние многих обездоленных.

В исследуемом романе мы выделили и проанализировали формы реализации психологизма, которые можно разделить на неаналитические (прямые и косвенные) и аналитические. К самым широко применяемым из них можно отнести внутренний монолог/внутреннюю речь, монолог-размышление, «поток сознания», несобственно-прямую внутреннюю речь, портрет и телесность, действия, внешнюю речь, детали пространства, пейзаж, прием умолчания.

Драйзер-романист обращает пристальное внимание на психологию своего героя. С той же скрупулезностью, которая была характерна для пейзажа, портрета, для обрисовки деталей, Драйзер передает и анализирует душевные переживания Клайда с самого его детства и до конца его жизни, которая печально окончилась смертной казнью. Для автора характерен новый подход к «американской мечте» – Т. Драйзер включил «мечту» в контекст реальной американской жизни конца XIX – начала XX века и показал ее не вымышленную, а реальную судьбу.

## **Н. Козодой**

### **ТИПЫ ПРОСТРАНСТВА И ВРЕМЕНИ В РОМАНЕ Д. ЛОДЖА «АКАДЕМИЧЕСКИЙ ОБМЕН»**

Роман «Академический обмен» («Changing places», 1975) является частью университетской трилогии современного английского писателя Дэвида Лоджа, в которую также вошли романы «Small World» (1984) и «Nice Work» (1988). В романе рассказывается о двух преподавателях английской литературы из Великобритании и США, Филиппе Суоллоу и Моррисе Цаппе, которые участвуют в программе академического обмена.

Роман представляет особый интерес в плане пространственно-временной организации, являющейся важным средством раскрытия идейного замысла автора. В первую очередь отметим *историческое* время в романе. В начале произведения автор указывает, что действие происходит в 1969 году. В США это была эпоха социальных волнений и коренных перемен в жизни общества, когда шла борьба темнокожих американцев за граждан-

ские права, наблюдался расцвет контркультуры, подъем феминистского движения, протестов молодежи против социальных норм и консерватизма старшего поколения, против Вьетнамской и холодной войн. Что касается Великобритании, то в этот период здесь также наблюдались социальные перемены, в частности, в 1967 г. легализованы противозачаточные таблетки, а в 1968 г. в законодательном порядке были разрешены аборты. Все эти исторические события находят свое отражение в романе. В США Филипп Суоллоу принимает участие в забастовках и других общественно-политических акциях, дает интервью на радио, а Моррис Цапп становится свидетелем того, как меняется система высшего образования в Великобритании и происходит все большая эмансипация женщин. В романе также можно выделить *психологическое* время. Два главных героя, попадая в другую страну, меняют свой привычный образ жизни в зависимости от социокультурных особенностей американцев и англичан – темп жизни Филиппа резко ускоряется, а Морриса, наоборот, замедляется. При этом меняются психология и мышление героев.

Что касается типов пространства в романе, то прежде всего это пространство *географическое*: сюжет романа раскрывается через изображение контрастирующих между собой пространств городов Раммиджа в Великобритании и Эфеса, штат Эйфория, в США. Хотя названия эти вымышленные, читатель без труда догадывается, что за ними стоят штат Калифорния в США и город Бирмингем в Великобритании. Лодж также приводит описания *личных* пространств героев для того, чтобы полнее раскрыть их характеры, социальное положение и систему ценностей, подчеркнуть контраст между ними. Еще одним типом пространства в романе, своеобразной «нейтральной территорией», выступает гостиница в Нью-Йорке, где главные герои и их жены встречаются в финале романа, чтобы решить, как поступить с их запутанными личными отношениями.

## Е. Коленда

### ХАРАКТЕРОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В РОМАНЕ Р. РЭША «УЩЕЛЬЕ»

Действие в романе современного американского писателя Рона Рэша «Ущелье» («The Cove», 2012) происходит в США во время Первой мировой войны. Главными героями являются Уолтер, музыкант, сбежавший из лагеря для интернированных немцев и притворяющийся немцем, и Лорел Шелтон, которая живет в темном и мрачном ущелье в Аппалачских горах. Лорел – очень добрая, искренняя и смелая девушка; она продолжала укрывать Уолтера, даже когда поняла, что он – немец. В создании образа героини автор концентрирует внимание читателя на ее поступках и мыслях, так как большую часть времени, особенно до встречи с Уолтером, она проводит в одиночестве. Единственной отличительной чертой ее внешности является ярко-фиолетовое родимое пятно на плече, из-за которого местные жители считают ее проклятой. Автор подчеркивает «сращенность» Лорел с природным окружением, которое становится аксиологической доминантой ее

образа. Насильственную смерть героини в финале романа предвосхищает ее имя, которое отсылает читателя к трагическому событию, вошедшем в историю как резня в Шелтон Лорел, когда в годы Гражданской войны конфедераты-южане расстреляли тех, кого подозревали в сотрудничестве с северянами. Что касается Уолтера, то Рон Рэш уделяет внимание описанию его внешности, переданной через восприятие Лорел, которой он поначалу не внушает доверия: волосы спутаны, лицо испачкано грязью, одежда порвана. Мысли Уолтера в основном скрыты от читателя, однако многое могут сказать о нем вещи в его рюкзаке, в частности, медальон с названием немецкого лайнера «Vaterland», на котором он работал, что говорит о его стремлении сохранить свою культурную идентичность. В дальнейшем слова и поступки Уолтера свидетельствуют о том, что он испытывает глубокие чувства к Лорел, ценит ее любовь и преданность.

Одним из важных средств создания образов героев в романе является музыка. Именно музыка притягивает Лорел к Уолтеру, когда она впервые слышит его игру на флейте. Для Уолтера музыка является своеобразным языком, с помощью которого он передает свои чувства, которые не может выразить словами. В этой связи в романе также обнаруживается перекличка с мифом об Орфее и Эвридике – с одной стороны, автор акцентирует способность искусства дарить наслаждение и просвещать, с другой – указывает на трагическую судьбу героини. Косвенной характеристикой героев в романе также является символический образ каролинских попугаев, которые считаются вымершим видом. Рон Рэш проводит параллель между появлением Уолтера в жизни Лорел и ее любовью к каролинским попугаям, которые становятся для нее символом надежды на лучшее будущее с Уолтером.

Таким образом, проанализировав основные характерологические средства в романе, можно сделать вывод, что образы Лорел и Уолтера динамичны и воплощаются как через внешние, так и внутренние проявления.

## **Е. Кошелева**

### **«ПОСЛЕДНЕЕ ЗАВЕЩАНИЕ О. УАЙЛЬДА» П. АКРОЙДА КАК ХУДОЖЕСТВЕННАЯ БИОГРАФИЯ**

Питер Акройд считается одним из самых талантливых писателей современной Англии: при этом значительную часть его наследия составляют именно биографии, в том числе художественные.

Автор по-своему осмысливает общую для постмодернизма проблему художественного творчества, соотношения искусства и действительности, правды и вымысла. В романах П. Акройда все время действуют разнообразные творческие личности: поэты, писатели, художники, актеры и т.п., все они фигуры легендарные. Таковы роман «Хоксмур» (1985), в котором автор обращается к личностям архитекторов Николаса Хоксмюра, Джона Ванбру и Кристофера Рена, или роман «Чаттертон» (1987), где Акройд строит сюжет вокруг известной истории литературной мистификации и т.п.

Особенностью романа П. Акройда «Завещание Оскара Уайльда» является повествование от первого лица: Оскар Уайльд выступает в роли рассказчика, который излагает события собственной жизни. В биографических произведениях подобного типа авторы обычно выбирают повествование от третьего лица. Отличие романа П. Акройда от других произведений о творческом человеке (например, «Черный принц» А. Мердок) заключается в том, что в нем действует не вымышленный персонаж, а лицо, имеющее четко обозначенный исторический прототип – О. Уайльд.

В основу романа П. Акройда было положено творческое и эпистолярное наследие О. Уайльда, воспоминания современников, труды биографов и другие свидетельства: можно обнаружить параллели между документальными источниками и романским повествованием в дословных совпадениях, схожести изображаемых эпизодов, мотивов поведения, в перекличке реальных и вымышленных событий. Однако в романе также повествуется о событиях, которые никогда не происходили и были выдуманы автором. Реальная история о том, как некий джентльмен отказался стричься в том же кресле, где стригли О. Уайльда, могла послужить основой для следующего эпизода в романе: «Однажды, когда я сидел в “Кафе л’Эжипсьен”... какой-то англичанин плюнул мне в лицо».

Для раскрытия характеров своих персонажей, а также для создания иллюзии документальности, автору приходится менять уайльдовские оценки в угоду собственному повествованию. Так, реальный О. Уайльд сомневался в возможности использовать Мориса в качестве секретаря: «Я боялся, что он сможет быть хорошим секретарем; его почерк был неразборчивым, а ресницы слишком длинными». В романе же мы читаем: «Мне трудно долго писать, а у Мориса великолепный почерк. Когда он вернется, я попрошу его за мной записывать».

Цель Питера Акройда – изучить английскую литературную традицию, сблечь в конкретном творческом пространстве национальное культурное наследие. И все это писатель олицетворяет в независимых образах своих персонажей.

## **А. Крючков**

### **ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОМАНА С. КИНГА «11/22/63»**

Произведения Стивена Кинга демонстрируют разносторонние творческие интересы писателя. Будучи нашим современником, С. Кинг получил в наследство настоящую сокровищницу, полнящуюся романами писателей-предшественников. Он выработал свой особый узнаваемый авторский стиль, и в итоге на данный момент едва ли можно принять его произведения за работы другого автора.

Жанровые черты романа «11/22/63» сочетают в себе любовный роман (где рассказывается история о настоящей любви), роман-альтернативную историю, переплетающуюся с напряженным триллером, политический детектив с фантастическим романом о путешествии во времени.

«11/22/63» как фантастический роман о путешествии во времени включает такие элементы, как понятия «эффекта бабочки» и «временного парадокса», присущие указанной жанровой разновидности фантастического романа. Эти элементы в произведении выражаются в создании альтернативной временной линии, где спасение Д. Ф. Кеннеди повлекло за собой ядерный холокост и создание постапокалиптической антиутопии.

«11/22/63» – это также исторический роман. Джейк Эппинг, будучи героем-современником, живет в 2011 году и перемещается в 1958 год. Временная дистанция позволяет окунуться в атмосферу тех лет. Упоминаются такие исторические личности, как Никита Сергеевич Хрущев, Эдгар Гувер, Линдон Джонсон и Мартин Лютер Кинг. В романе изображены некоторые исторические реалии, например, отдельные уборные для темнокожих, которые никого не смущают, а также свободно фигурируют фразы типа *you jewed em down*, и в магазинах можно найти конфеты под названием «Nigger babies».

«11/22/63» – это пример любовного романа. Рассматривая роман как таковой, фантастический аспект следует вынести в поджанр, поскольку любовная линия в остальной части книги является преобладающей. Любовь проникает и в фантастический, и в исторический аспекты произведения. Согласно кинговской философии, любовь – единственная сила, которая существует вне времени. Если в трагедии У. Шекспира «Ромео и Джульетта» (1597) герои не могли быть вместе из-за вражды семей, к которым они принадлежали, то здесь семейства Монтекки и Капулетти олицетворяют 1958 и 2011 годы, поскольку влюбленные являются «детьми» этих совершенно разных времен, а поэтому не могут сосуществовать.

Таким образом, «11/22/63» – это любовный роман, место и время действия которого делают его романом историческим. Однако исторический контекст стал возможен исключительно благодаря принадлежности произведения к фантастическому жанру, поджанром которого является путешествие во времени. Стивен Кинг провел детальное исследование исторической эпохи, которая никогда не повторится, и поместил в нее историю, которая присутствует в любой эпохе – историю любви.

**Д. Лановенко**

#### ДЕКОНСТРУКЦИЯ ТРАГЕДИИ У. ШЕКСПИРА «ГАМЛЕТ» В РОМАНЕ ДЖ. АПДАЙКА «ГЕРТРУДА И КЛАВДИЙ»

Одним из способов создания новых литературных произведений является деконструкция – художественный поиск новых, свежих смыслов в классическом наследии прошлого, пересмотр исходных образов и ценностей. Деконструкция также представляет собой набор аналитических приемов и критических практик, показывающих, что текст всегда может быть обновлен в ходе его нового прочтения благодаря саморефлексивной иронии.

Бессмертное творчество У. Шекспира и сегодня вдохновляет писателей с разными художественными установками и эстетическими программами. Среди наиболее ярких авторов – Том Стоппард (пьеса «Розенкранц и Гильденстерн мертвы»), который дал толчок к появлению вариаций на шекспировские мотивы, Эрика Джонг (роман «Серениссима», во второй редакции – «Дочь Шейлока»), Айрис Мердок (роман «Черный принц»), известный немецкий драматург Хайнер Мюллер (нашумевшая пьеса «Гамлет-машина») и т.п. И, вероятно, одним из самых значительных произведений в литературном мире деконструкции, является роман Джона Апдайка «Гертруда и Клавдий» (2000), в котором современный автор представляет свое видение проблем, поставленных в величайшей трагедии У. Шекспира «Гамлет».

«Гертруда и Клавдий» является своеобразной предысторией к шекспировской трагедии. В нем автор привносит новые элементы в пьесу Уильяма Шекспира «Гамлет», опираясь на такие источники, как «История Дании XII века» Саксона Грамматика, где была изображена история мести в средневековой Дании, и включает в себя дополнительные элементы данного сюжета из «Трагической истории» Франсуа де Бельфореста, опубликованной в 1576 году.

Дж. Апдайк создает деконструкцию классики с развитой образной системой и центральным образом Гертруды, символически представленной как «пойманная птица». Данный образ в повествовании является наиболее ярким в психологическом плане, через него выявляется сложный мир современной женщины, раскрывается ее изменчивое сознание, идентичность и субъективность. Репрезентация характера Гертруды происходит через ее многосторонний, сложный личный и культурный опыт, через ее глубокое чувство любви в Клавдию, через ее общение с многочисленным кругом королевской власти. Таким образом, «самость» Гертруды состоит как из индивидуальной, так и из коллективной идентичности, в которой воплощается стремление к равноправию в обществе, к личному счастью и выражению себя в государственных делах. Ее личность отражает культурные стереотипы, социальные и исторические связи и воплощает в себе дух и дыхание истории. Таким образом, соединяя два исторических пласта – далекое прошлое и настоящее, автором поднимается важная проблем места и роли женщины в современном обществе, своего права на развитие ее творческого потенциала и возможность определять собственную жизнь.

## **М. Лапчик**

### **ПОСТМОДЕРНИСТСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ В РОМАНЕ М. ЭМИСА «СТРЕЛА ВРЕМЕНИ»**

Литература постмодернизма характеризуется экспериментальностью и интерактивностью. В постмодернистских экспериментах присутствует стирание граней между традиционными видами и жанрами искусства, развитие

тенденции синестезии. Традиционными творческими средствами, которые использует постмодернизм, являются пародия, иллюзия, карнавализация. Стилиевые черты художественного языка реализуются в художественных средствах сравнения, метафоры, аллюзии, реминисценции.

Мартин Эмис известен как автор, размышляющий о важнейших проблемах современной цивилизации. Его произведения характеризуются игровой тональностью, размыванием бинарных оппозиций, интересом к истории и особым вниманием к репрезентации пространственно-временных связей. В 1991 г. Эмис написал роман «Стрела времени, или Природа преступления». В нем он предлагает читателю игру с кинематографическим приемом «пленки, прокрученной назад», с соблюдением мельчайших деталей и подробностей, создающих эффект абсолютной достоверности того, что происходит. В романе Эмиса жизнь возвращается в прошлое в буквальном смысле слова. Игра с нарративной структурой эффективно описывает безумие и хаос войны, найдя подходящую форму для повествования, для описания ужасов преступления.

Используя обратную хронологию, автор создает мир, в котором все смыслы перевернуты и в котором ничего не имеет значения. Именно из-за этого, казалось бы, бессмысленного подхода к рассказанным событиям М. Эмис способен выразить свою главную мысль, что только в мире, который перевернут с ног на голову, может произойти такая ужасная трагедия.

Эмис представляет свое уникальное повествование, мастерски включает в свою работу иронию: она не имеет границ, парадоксальным образом вносит вклад в повествование о холокосте и о преступлении, она в конечном итоге сводится к постмодернистской игре с читателем. Игра вводит некий добавочный компонент, вторичное значение, поэтому здесь для понимания текста требуется не отрицание сказанного, а его ироническое переосмысление.

Пространственно-временная форма, выбранная М. Эмисом, имеет содержание, соотносящееся с проблемами нашего времени. Он доводит до логического завершения мысль о «конце истории», о жизни после 1945 года как о жизни после истории, когда все происходящее – это лишь бесконечные повторения пройденного, когда невозможно совершить ни одного поступка, не будучи полностью детерминированным этим прошлым.

Творчество М. Эмиса – одного из наиболее значимых английских авторов – позволило взглянуть на проблему холокоста. Игра с читателем самым парадоксальным образом обостряет его трагическую пронзительность, а также, показывает невозможность избавиться от покалеченной, но живой памяти.

**Н. Левкович**

#### ОСОБЕННОСТИ КОМПОЗИЦИИ РОМАНА Г. СВИФТА «ВНЕ ЭТОГО МИРА»

Грэм Колин Свифт является одним из самых известных современных авторов Англии. Роман «Вне этого мира» («Out of this world») был написан в 1988 году. В произведениях Свифта комбинируются разные жанровые

формы: детектив, мемуары, психологический трейлер. Интерпретация истории в произведениях Свифта носит постмодернистский характер: прошлое нередко пародируется; стираются границы между реальностью и вымыслом; пересматривается статус исторического знания. В романе «Вне этого мира» рассказывается история семьи Бич, главными героями которой являются военный фотограф Гарри и его дочь Софи. Роман посвящен теме отчуждения в семье – между Гарри и Софи и между Гарри и его покойным отцом, Робертом, владельцем фабрики боеприпасов.

Роман имеет сложную композицию. Он состоит из тридцати трех глав, которые рассказаны только от двух лиц: Гарри и Софи. Лишь в двух главах повествователями являются второстепенные герои. Роман смело можно назвать полифоническим. Каждая из глав представляет собой своеобразный монолог. Главы, в которых идет монолог Гарри, более понятны. А монологи Софи представляют трудность для понимания. Они явно обращены к кому-то, но читатель не сразу понимает, что слушателем этих монологов является психиатр, к которому Софи вынуждена обращаться из-за психологических проблем. Немало внимания в своих монологах она уделяет своим мыслям и воспоминаниям. Софи проводит много времени в кабинете Доктора К, рассказывая ему о своих проблемах, связанных с взаимоотношениями с отцом. Можно сказать, что их отношения были двойственными, так как где-то в глубине души Софи все равно чувствовала к отцу уважение и любовь. Но ее обида на отца была сильна и связана с его профессиональной деятельностью. Софи не хватало отцовского внимания. Роковым моментом в их сложных взаимоотношениях стала реакция Гарри в момент смерти его отца, когда, следуя, репортерской привычке он делает снимок взрыва. Эта реакция очень потрясла Софи своей жестокостью и бессердечием, что разлучило их на долгие годы. Но после длительного курса психотерапии она понимает, что тоскует по отцу и решает с ним помириться.

Таким образом, роман можно назвать психологическим, так как в нем выясняются сложные семейные отношения и рассматривается конфликт поколений. Роман «Вне этого мира» – это своего рода трактат по эстетике, разрабатывающий образ человека, который предан своему делу, своей профессии, который размышляет о цели своей деятельности, об общественном предназначении фотографии.

Роман «Вне этого мира» – это роман, имеющий сложную полифоническую структуру, где главное слово предоставляется нескольким лицам. Естественно, что их монологи отличаются друг от друга своим содержанием и манерой их повествования. Пересмотр личных взглядов и отношений друг с другом героями романа протекает достаточно безболезненно. Однако конец романа остается для читателя открытым.

**Е. Лисичкина**

**ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ  
В РОМАНЕ ДЖ. БАРНСА «ГЛЯДЯ НА СОЛНЦЕ»**

Роман Джулиана Барнса «Глядя на солнце» относится к жанру философского романа и литературной фантастики о ближайшем будущем. Это четвертый роман Барнса, охватывающий большой отрезок времени – с двадцатых годов прошлого века до наших дней.

Книга сосредоточена на истории Джин, странной женщины, и Грегори, ее великовозрастного сына, который жил с ней практически всю свою жизнь. Джин, которая почти всю жизнь провела в страхе перед миром, требовавшим от нее быть социально состоявшейся женщиной, лишь в сорок лет обретает смелость – уходит от мужа, рождает ребенка и мужественно смотрит в лицо старости и смерти. Однако героиня романа прослыла глупой от того, что ее мучили странные вещи: «Why doesn't Jew really enjoy golf? What happened to Lindbergh's sandwiches? Is there really such a thing as 'The Sandwich Museum'?!».

В романе присутствует конфликт поколений – вечная проблема, с которой из года в год сталкивается человечество. Раньше для женщин было важно удачно выйти замуж, родить детей и быть хранительницей домашнего очага. Так же и Джин, выходя замуж за Майкла, надеялась на счастливую супружескую жизнь. Однако для многих в наше время на первом плане стоит саморазвитие, учеба, поиск работы, а уже потом замужество.

Хотелось бы отметить, что в романе также проявляются аспекты феминизма. Согласно определению, феминизм – спектр идеологий, политических и социальных движений, которые направлены на достижение равенства между мужчинами и женщинами, и равенства их прав между собой. Взяв в пример Рэйчел, одну из героинь романа, мы четко видим феминистические нотки в ее поведении и характере. Рэйчел предстает перед нами в абсолютно другом образе, отличном от образа Джин. Она – бунтарка, которая не понимает, почему женщины должны подстраиваться под мужчин. Хотя ее образ в романе не раскрыт до конца, и мы не знаем ее дальнейшую судьбу, но по ее поведению, мыслям и поступкам мы можем судить об эмансипации, о начале чего-то нового, о том, что гендер уже не будет прежним.

Читая роман «Глядя на солнце», мы прекрасно видим изменения, которые произошли по отношению к женщинам, и происходят до сих пор. И такие девушки, как Рэйчел, готовые изменить все в своей жизни, которые не хотят зависеть от общества и подстраиваться под чужое мнение, возможно, и повлияли на наше будущее и на то, какими женщины являются сегодня – независимыми, с характером.

**ФЕНОМЕН ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ  
В РОМАНЕ ДЖ. ФАУЛЗА «КОЛЛЕКЦИОНЕР»**

Термин *интертекстуальность* был введен в обращение в 1967 году французской исследовательницей литературы и языка Юлией Кристевой и стал активно исследоваться в литературоведении, позволяя глубже проникнуть в художественный текст, а также открывая скрытые в нем отсылки к другим текстам.

Роман британского писателя Джона Фаулза «Коллекционер» (1965) тесно связан с пьесой У. Шекспира «Буря» (1610–1611). Данная связь заслуживает особого внимания, так как является ключом к пониманию романа. Она присутствует на уровне имен персонажей. Главный герой романа Фредерик Клегг сравнивается писателем с дикарем Калибаном и принцем Фердинандом из пьесы У. Шекспира «Буря». Калибаном героя называет его пленница – Миранда. Второе имя герой придумывает себе сам при знакомстве с Мирандой, но имя главной героини также намекает на связь с персонажем из пьесы У. Шекспира, которая носит точно такое же имя.

Между произведениями существует связь и на сюжетном уровне. Главные герои романа оказываются в замкнутом пространстве дома, который можно сравнить с заброшенным островом, где оказываются герои «Бури» У. Шекспира.

Закладывая в основу «Коллекционера» шекспировские образы и ситуационные модели, Дж. Фаулз вступает с английским драматургом в диалог, где одновременно выступает в роли его союзника и оппонента. В результате рождается произведение, которое является смесью различных жанров, таких как «готансе», роман воспитания, социальный роман, философский роман, роман-притча, психологический триллер. Хотя «Коллекционер» – это прежде всего роман-иносказание, в котором шекспировские аллюзии служат основной формой отражения действительности. При помощи аллюзивно пересоздаваемых шекспировских образов Дж. Фаулз доносит до читателя иронический, фрейдистский, философский подтекст своего романа.

Роман также имеет тесную связь с философским сборником писателя «Аристос» (1964). На нее указывает монолог автора, в котором он оправдывает Фредерика Клегга, вина во всем обществе и эпоху, в которую тот живет. Одновременно в этом сборнике писатель обнажает перед читателями проблемы, в которых погрязло общество (зависть, жадность, ненависть, безразличие, похоть), которые изображены в романе в виде противостояния так называемых Новых и Немногих. Он предлагает собственную психологическую теорию, согласно которой существует элемент человеческой психики Немо или Анти-Я, оказавшись под влиянием которого человек неизбежно совершает преступление. В романе жертвой

Немо становится Фредерик Клегг, который из-за недовольства своим положением в обществе и неприязни к вышестоящим органам совершает похищение молодой девушки.

Таким образом интертекстуальность является важнейшей составляющей романа, поскольку оказывает огромное влияние на его сюжет и является ключом к пониманию всего произведения.

## **Ю. Логинов**

### **«АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА» В РОМАНЕ Т. ДРАЙЗЕРА «ФИНАНСИСТ»**

«Американская мечта» – это одно из самых общеизвестных понятий в современном мире. Но, несмотря на свою популярность, дать ему однозначное определение представляется едва ли возможно, так как смысл, заложенный в это понятие, весьма неопределенный и каждому свойственно трактовать его по-своему. Об этом историк Ф. Карпентер сказал следующее: «Американская мечта никогда не была точно определена и, очевидно, никогда не будет определена. Она одновременно и слишком разнообразна, и слишком смутна: разные люди вкладывают разный смысл в это понятие».

«Американская мечта» – это грезы о красивой жизни, в первую очередь, о достатке и возможности осуществить свои планы. Одной из главных идей этого понятия является то, что человек может самостоятельно добиться успеха в жизни, благодаря своему упорству и труду, независимо от социального слоя, этнического происхождения и т.п.

Теодор Драйзер – один из самых узнаваемых зарубежных писателей, который в детстве прошел тернистый путь бедного человека, что сформировало у писателя критический взгляд на буржуазию и капитализм в целом. Начав с романа «Сестра Кэрри», он показывает американское общество рубежа веков, где ради собственного благополучия человек готов принести в жертву свою душу. Тема «американской мечты» и вызванной им трагедии пронизывает все его творчество.

В романе «Финансист», написанном в 1912 г. (не вполне адекватный перевод на русский – 1928), он показывает, как амбициозный и дерзкий главный герой Фрэнк Каупервуд буквально летит к «американской мечте», не замечая ничего на своем пути и последовательно реализуя поставленные себе высокие цели, основанные на увеличении своего капитала. Однако слепая погоня за богатством практически наверняка обречена на провал, что хорошо видно в финале романа, когда Каупервуд попадает в тюрьму, не сумев рассчитаться со своими многочисленными долгами.

Из этого можно сделать вывод, что «американская мечта» может как вдохновлять и мотивировать к успеху, так и разрушать личность. Все зависит, во-первых, от ее правильной для себя интерпретации, а именно понимания того, что главная ее идея – это благополучие и жизнь в гармонии

с собой и окружением, а не безмерное и бесцельное богатство, ради которого человек готов на все, включая преступление. Во-вторых, от нравственного воспитания, ведь именно оно поможет осознать, что можно, а что нельзя, что правильно, а что нет, поможет остановиться в нужный момент. Ведь верно говорят: «Если человек воспитывается интеллектуально, но не воспитывается нравственно, то вырастет угроза для общества».

**Ю. Малашенко**

### ПОЭТИКА РОМАНА Э. ФРЕЙД «ДОМ У МОРЯ»

Поэтика литературного произведения – одна из старейших дисциплин литературоведения. Обычно различаются: поэтика историческая, поэтика общая или макропоэтика и поэтика частная, или микропоэтика.

Микропоэтика занимается описанием конкретных литературных произведений, их свойств и законов. Это поэтическая манера, свойственная писателю, которая подразумевает под собой наличие тех специфических средств и приемов, которые отличают его произведения от множества других.

Особенностью поэтики романа современной английской писательницы Эстер Фрейд «Дом у моря» является ее сюжетная организация, тематика, образная система. В романе две сюжетные линии, изложенные в чередующихся главах. Действие одной происходит в 1950-х годах, второй – в наше время. Связь между двумя временными пластами – письма, написанные полстолетия назад, которые читает наша современница, изучающая жизнь и творчество известного архитектора Клауса Леманна, прототипом которого стал дедушка писательницы. Еще один связующий элемент – братья близнецы Альберт и Роберт Леманны; при этом история одного из них до поры до времени остается загадочной, привнося в роман готический элемент. Между двумя временными планами существует своего рода параллелизм – в 1950-х годах в приморскую деревню приезжает художник Макс, у которого завязываются отношения с женой архитектора, а полстолетия спустя ее жительницей становится Лили, расследующая эту запутанную семейную историю. У нее самой сложно складывается собственная личная жизнь.

Значительное место в романе отведено теме искусства, что предопределено профессией нескольких героев. В романе много описаний как реальных, так и вымышленных произведений живописи и архитектуры, а также рассуждений об этих видах искусства. Автор подробно и с любовью описывает деревенские дома, которые играют важную роль в жизни персонажей. Особое место занимает Дом у моря, который является центральным образом вещного мира романа. Символическое наполнение этого образа меняется на протяжении романа – из символа мечты и семейного уюта он превращается в символ крушения.

В романе прослеживаются те изменения, которые произошли в деревне за полстолетия. Все описания изобилуют стилистическими средствами и составляют важную часть образной системы произведения.

Эстер Фрейд также уделяет много внимания описанию моря в разных его состояниях, при этом его образ также приобретает разное символическое значение. Море символизирует силу, отправную точку новой жизни, изменение, перерождение, бегство от одиночества, смерть. Оно наделено человеческими качествами: своим характером, настроением, привычками. Образ моря в романе контрастирует с серой, рутинной жизнью в городе.

## Д. Малашеня

### ДИАЛОГ ВРЕМЕН В РОМАНЕ Х. ДАНМОР «ШИНЕЛЬ»

Роман Хелен Данмор «Шинель» – это многоуровневое произведение, сюжетное действие которого протекает в разных временных пластах, сводящихся воедино и образующих мистический элемент в повествовании.

Проанализировав понятие хронотопа, основанного на концепции М. Бахтина, можно прийти к выводу, что пространственно-временная организация произведения способствует целостному восприятию художественной действительности, выявлению концептуальной позиции автора и пониманию основного смысла произведения. Также хронотоп определяет жанр, обеспечивает композиционное построение, неразрывно связан с системой образов и мотивов. Хронотоп имеет и явное сюжетное значение, так как он образует основные сюжетные события романов. Бахтин отмечал, что хронотопы могут сосуществовать, вступая в более сложные взаимоотношения, которые носят диалогический характер, что является основой концепции диалогизма.

В романе «Шинель» мы наблюдаем диалог времен, а также присутствие хронотопов «встречи», «дороги» и «провинциального городка». Анализируя произведение с точки зрения категории времени, необходимо отметить, что для темпоральной структуры текста важна точка отсчета – некоторый условный пункт, в опоре на который выстраивается вся темпоральная перспектива нарратива. В первой главе романа указан полнозначный конкретный номинатор времени – 1952 год, что и является точкой отсчета. В тексте мы можем наблюдать несколько показателей изменения темпоральной структуры: лексические единицы, указывающие на новое состояние сознания (*she remembered* ‘она вспоминала’), или же на новый отрезок времени (*in winter* ‘зимой’). Текстовое время тесно связано текстовым пространством, образуя вместе с ним комплексную категорию хронотопа. Хронотоп «встречи» является фундаментальным в данном произведении, так как в одной временной точке пересекаются временные и пространственные пути героев Изабель и Алека, которые являются представителями различных состояний (живая и умерший). Все дистанции преодолеваются, и образуется своеобразное единство прошлого и настоящего. В данном романе диалог времен выступает в качестве еще одного героя, и именно этот герой является катализатором романа – сюжет становится более напряженным и эмоционально насыщенным, а также приобретает имплицативные черты.

В результате исследования мы можем сделать вывод, что хронотоп и диалог времен в романе Хелен Данмор «Шинель» функционируют согласно концепциям, выдвинутым М. Бахтиным. Восприятие романа основывается на эмоционально-чувственном эффекте, который возникает в результате мистического элемента. Используя диалог времен, автор частично раскрывает проблему войны, а также жизни и смерти, но таким образом, чтобы читатель не ориентировался на готовые факты, а был вынужден прибегнуть к многоуровневой рефлексии.

## Д. Марушко

### СТИЛЕВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ РАССКАЗОВ Р. КАРВЕРА

Реймонд Карвер – американский поэт и новеллист, крупнейший мастер англоязычной короткой прозы второй половины XX в. Доминирующая тема рассказов Карвера – эрозия как феномен повседневной жизни, проявляющаяся в формальности человеческих контактов, анемии чувств, всеобщем ощущении одиночества. Прозу писателя характеризуют как строгую, иногда – как скупую, так как в ней нет ничего лишнего, каждая деталь загружена смыслом, диалог построен на обмене простыми репликами, тем не менее создается контекст, в котором каждая такая реплика значит намного больше, чем говорит напрямую. Творчество Карвера часто соотносят с минимализмом – художественным течением, развивавшимся в музыке, живописи и литературе США с конца 1970-х годов. В литературе минималисты тяготели к ясности смысла, лаконизму и даже скупости выразительных средств, к отказу от всякого рода декоративности.

В качестве примера обратимся к рассказу Карвера «Собор» («Cathedral», 1987). В нем говорится о том, как главный герой-рассказчик оказался в растерянности, когда ему впервые пришлось общаться со слепым человеком, другом его жены по имени Роберт, как потом эта встреча помогла ему избавиться от некоторых предрассудков и заставила по-другому взглянуть на жизнь. Героями рассказа являются всего три персонажа, сюжет ослаблен, язык, используемый в рассказе, несложен, присутствует разговорный тон. Автор использует тропы, чтобы передать зрительные образы в связи с внешностью персонажей (*with stooped shoulders, as if he carried a great weight*), но в целом в тексте мало сравнений, метафор, эпитетов, и такая скупость изобразительных средств отражает эмоциональную и интеллектуальную неразвитость героя-рассказчика. Также в тексте много лексических и синтаксических повторов, структура предложений нераспространенная (*I put in windows with arches. I drew flying buttresses. I hung great doors. I couldn't stop*).

Особую нагрузку в произведениях минималистов несут символические образы и детали, и такой важной деталью в рассказе является слепота Роберта, которая указывает на духовную и эмоциональную «слепоту» героя-рассказчика, отсутствие у него проницательности и самосознания. Собор,

который Роберт предлагает ему нарисовать, закрыв глаза, указывает на духовную сторону жизни, и этот образ вынесен в название рассказа. Аудиозаписи, которыми на протяжении многих лет обменивались Роберт и жена рассказчика, также указывают на необходимость и возможность духовной близости между людьми, несмотря на их различия.

Таким образом, в рассказе Карвера «Собор» обнаруживаются признаки минималистского стиля, позволяющего автору отобразить психологию героя-обывателя, привыкшего мыслить штампами, и в то же время наметить возможность трансформации личности и установления связей между людьми.

**Т. Михалевич**

**КОМПОЗИЦИОННО-РЕЧЕВЫЕ ФОРМЫ  
В РОМАНАХ Д. СМИТ «ПИСЬМА ИЗ ЙЕЛЛОУСТОНА»  
И Э. ГИЛБЕРТ «ПРОИСХОЖДЕНИЕ ВСЕХ ВЕЩЕЙ»**

В структуре художественного текста используются все виды композиционно-речевых форм, однако значимость каждой из них при реализации авторского замысла различна. Их интеграция и взаимодействие в структуре текста обеспечивает целостность его композиции.

Выделяются три основные композиционно-речевые формы: описание, повествование и рассуждение. Цель описания – дать представление о наиболее существенных сторонах описываемого объекта. Если описание только обосновывает и конкретизирует развитие действий, выступает средством характеристики персонажей, то повествование берет на себя основную сюжетную нагрузку: сообщает о развивающихся действиях и состояниях. С помощью рассуждения автор стремится доказать или опровергнуть какое-либо утверждение, развить и обосновать какую-нибудь мысль, поэтому рассуждение отличается серьезным философским содержанием и углубляет знание человека о себе и окружающем его мире.

В своих произведениях американские писательницы рубежа XX–XXI вв. Элизабет Гилберт и Диана Смит мастерски используют богатый коммуникативный потенциал разнообразных композиционно-речевых форм, изображая судьбы героинь, которые на пути к внутренней гармонии сталкиваются с многочисленными трудностями и непредвиденными обстоятельствами и успешно преодолевают их. Главные героини романов Д. Смит «Письма из Йеллоустона» («Letters from Yellowstone», 1999) и Э. Гилберт «Происхождение всех вещей» («The Signature of All Things», 2013) Александрия (Алекс) Бартрам и Альма Уиттакер соответственно – женщины, страстно увлекающиеся ботаникой, ищущие себя и истину, достигающие в результате этого нелегкого поиска единения с природой и окружающим миром.

Стремясь воссоздать целостную картину происходящего, авторы обоих романов умело используют композиционно-речевые формы, наиболее часто обращаясь к описанию, повествованию и рассуждению. Посредством обстоятельного и выразительного описания Д. Смит и Э. Гилберт удачно

раскрывают черты характера главных героинь, динамику их чувств и эмоций, связанных с окружающими их людьми, научными изысканиями и открытиями, атмосферу, царящую вокруг, и ее влияние на их жизненные установки.

Повествование выступает в обоих произведениях в качестве основного средства организации насыщенного сюжетно-событийного ряда, сопряженного с путешествиями Алекс и Альмы. В свою очередь с помощью рассуждения Д. Смит и Э. Гилберт погружают читателя в особую созерцательную атмосферу историй, написанных с целью осознания, что каждое событие в жизни, каким бы незначительным оно ни казалось на первый взгляд, является важным звеном в непрерывной цепи мироздания, своеобразным продолжением прошлого и отсветом будущего.

### **Л. Наджафова**

#### **ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЯ П. АКРОЙДА «ЧАТТЕРТОН»**

Многие произведения, написанные в эпоху постмодернизма, отличаются весьма сложной пространственно-временной организацией. Такая особенность характерна для творчества британского писателя, поэта и литературного критика Питера Акройда, который родился в Лондоне 5 октября 1949 года. Писатель проявил себя как автор стихотворных произведений (особенно в раннем творчестве), литературно-исторических биографий, романов, критических исследований и книжных обзоров.

Героями произведений писателя становятся имеющие широкую известность деятели культуры, писатели, поэты, среди которых, например, присутствуют О. Уайльд, Т. Чаттертон, Д. Мередит, Д. Гиссинг, Ч. Диккенс и др. Особенностью работ автора является наличие нескольких повествовательных линий, цитирование, постоянное комбинирование реальных фактов и вымысла, изложение от нескольких действующих лиц.

Питера Акройда привлекали неординарные личности, одним из которых является Томас Чаттертон, творческую жизнь которого он не мог оставить без внимания. Его личность является по-своему знаковой для английской литературы. Произведение «Чаттертон» представляет собой сложный постмодернистский роман, имеющий многогранную композиционную структуру, разностороннюю проблематику, многопрофильный сюжет.

В романе прослеживается три временных плана. Первый относится к концу XX века, и в качестве главного действующего лица здесь выступает безуспешный поэт Чарльз Вичвуд. Вторая повествовательная линия связана с такими творческими личностями, жившими в XIX в., как создатель портрета Генри Уоллес и Джордж Мередит, поэт, согласившийся позировать для написания картины, которая послужила отправной точкой романа. Третий основной сюжет завязан вокруг личности Томаса Чаттертона и тайны его загадочной смерти в XVIII века. Наличие нескольких сюжетных линий, каж-

дая из которых представляет самостоятельную историю, позволяет оставить концовку «открытой», предоставляя читателю возможность самому сделать выбор, в частности, за счет частично линейного продвижения содержания. Эти три временных плана не представлены в романе последовательно, они перемежаются друг с другом.

Таким образом, Акройд представил три разных версии жизни и смерти Томаса Чаттертона, проиллюстрировав постмодернистскую идею об относительности любой истины.

## **В. Нужная**

### **ХУДОЖЕСТВЕННОЕ СВОЕОБРАЗИЕ РОМАНА Д. ДЕЛИЛЛО «ТОЧКА ОМЕГА»**

«Точка Омега» – философское произведение американского писателя Дона Делилло, посвященное тематике времени и человеческого сознания.

По словам Делилло, роман содержит в себе идею, созданную мыслителем Пьером Тейяром де Шарденом. «Точка Омега» в названии – это сформулированная Шарденом идея о том, что человеческое сознание в определенный момент достигает точки истощения и то, что происходит дальше, может быть либо чем-то губительным, либо чем-то чрезвычайно возвышенным и неосуществимым. У Делилло же реальность предстает куда менее надежным и направленным процессом, в рамках которого человеческое сознание не только не достигает стадии большей упорядоченности, но и вконец отрывается от реальности, заменив ее абстрактными симулякрами.

Сам роман представляет собой эксперимент в режиме повествования. Автор описывает две локации, в которых происходят события: музей, в котором демонстрируется перформанс под названием «24 Hour Psycho», являющийся замедленной версией фильма Альфреда Хичкока «Психо», и пустыня, в которой главный герой романа по фамилии Элстер воспринимает время как замедляющуюся, безразмерную субстанцию. Эти временные нарушения прочно связывают понятие сознания с переживанием времени, позволяя изменениям в первом производить изменения во втором и наоборот.

Элстер, бывший правительственный советник по военным вопросам, является объектом интереса для режиссера-документалиста Финли. В романе представлен нехарактерно упрощенный портрет этого героя: склонный к пафосу интеллектuala, который без зазрения совести оправдывает абстрактными, философскими аргументами отправку тысяч молодых солдат умирать в ненужной войне в Ираке. Однако со временем его мироощущение меняется, он узнает смысл потери и смерти из собственного опыта, когда его любимая дочь внезапно исчезает.

Сюжет характерен для творчества Делилло и не содержит каких-либо захватывающих событий, неожиданных поворотов, он подчеркнуто нетороплив, даже замедлен. Одной из ключевых тем произведения является

концепция времени. Время, как описывает его Элстер, огромно, осязаемо, старо; оно предшествует появлению человеческих существ и будет длиться после их исчезновения. В подобных размышлениях проводит время удалившийся от мира в пустыню Элстер – отшельник, живущий философскими абстракциями и весьма равнодушный к реальным человеческим жизням и судьбам. Однако все его рассуждения о том, что материальное существование не имеет значения, разбиваются в момент исчезновения и возможного жестокого убийства его любящей дочери. Осознание этой страшной потери вырывает героя из мира абстрактных умозаключений и симулякров и возвращает Элстера в его собственную реальность.

## II. Потороча

### ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОМАНА У. ГОЛДИНГА «ДВОЙНОЙ ЯЗЫК»

Замысел последнего романа «Двойной язык» («The Double Tongue», 1993) возник у У. Голдинга во время его путешествия по Греции. При написании романа он опирался на греческую мифологию, а именно на мифы об Аполлоне. Философские проблемы сплетаются в романе с проблемами, метафорически обозначенными У. Голдингом как *зримая тьма* человеческого сердца. «Двойной язык» связан, с одной стороны, с основными проблемами всего творчества писателя, а с другой – демонстрирует актуальность мифа и его непосредственное соотношение с современностью.

Роман «Двойной язык» можно определить как *историзованное произведение неомифологического стиля*. У. Голдинг использует прием «текста в тексте», т.е. рукописи, создающейся по воспоминаниям 80-летней Ариеки, главной героини, и текста произведения, возникающего на этой основе. На двойное прочтение романа (прямое и переносное) указывает его заглавие. Мифологическая история придает роману многозначность и углубляет его понимание. Ариека, главная жрица-прорицательница Дельфийского храма, должна научиться понимать скрытую от внешнего взгляда сторону вещей. Но «двойной язык» присущ и истории. История Дельфийского храма символически олицетворяет историю всей эпохи Античности, постепенно терявшей сакральность. Писатель ставит в романе не теряющий своей значимости вопрос: что есть человек, каковы пределы постижения им внутреннего и внешнего мира? Изъяны внешности главной героини Ариеки позволяют автору сосредоточить внимание читателя на ее особой внутренней одаренности (она обладает экстрасенсорными способностями). Ариека пытается найти ответы на сложные вопросы, возникающие в преддверии перемен. У. Голдинг как писатель XX века исследует скрытое в священнодействии игровое начало, которое уже в эпоху Античности перемещалось из маргинальной позиции в центр священного Обряда. Потребность в обрядовом действе возникает из-за ощущения экзистенциального страха, ужаса перед непонятным окружающим миром.

«Двойной язык» можно рассматривать как роман-завещание писателя. Текст У. Голдинга, подобно мифу, творит новую реальность, которая помогает читателю постигнуть условия существования человека в современном мире. Читателю, как и главной героине, проходящей трудный путь самопознания, предоставлена возможность перенестись в современную ему действительность, где вопросы национальной идентичности, мироустройства и религии являются наиболее актуальными.

**Д. Ротаенко**

### ПРОБЛЕМА САМОПОЗНАНИЯ ГЕРОЯ В РОМАНЕ ДЖ. ФАУЛЗА «ВОЛХВ»

Роман Дж. Фаулза «Волхв» («The Magus», 1966) интересен своеобразием решения проблемы самопознания и свободы. Играя различными концепциями Бога, опираясь на экзистенциализм и аналитическую психологию Юнга, автор создает уникальное произведение, предметом изучения которого становится процесс самоидентификации и поиск истинного «Я».

Джон Фаулз затрагивает вопросы самости и истинных побуждений личности, на которые современный человек не может найти ответ без помощи мудрого наставника, поэтому проблема определения системы ценностей человека, вектора его устремлений и смысла жизни является актуальной и сегодня. В романе роль наставника отведена Морису Кончису, таинственному и загадочному «магу». Другие участники «спектакля» – возлюбленная главного героя Николаса Эрфе, сестры-близнецы, слуги – представляют собой скальпель для препарации чувственной составляющей героя.

Важную роль в организации сюжета романа играет эксперимент. Размывая представления о реальном и магическом, упраздняя понятия актера и зрителя, Кончис ведет психологическую игру, цель которой – разоблачение иллюзий Николаса, переоценка ценностей и новый взгляд на жизнь. Каждая метапеса представляет собой интроспективный инструмент, позволяющий главному герою «вытащить» на поверхность свои истинные импульсы и побуждения.

Джон Фаулз ставит под сомнение привычное понимание свободы, а также идею абсолютного знания и могущества, считая разрушение подобных иллюзий главной задачей гуманиста. Понимание того, что есть истинная свобода, постепенно вырабатывается у Николаса в ходе развития событий. Дж. Фаулз делает читателя свидетелем психотерапевтического эксперимента, объектом которого по воле Кончиса становится Николас. Результатом является пересмотр героем привычных моделей поведения, что приводит к катарсису и последующему духовному перерождению.

Путь Николаса Эрфе – это путешествие к самому себе через погружение в другое, отличное от реального пространство, это разрушение привычных стереотипов, понятий реального и ирреального. Николас, преодолевая испытания, открывает свое истинное «я». В сознании героя происходят существенные изменения. Из эгоистичного и легкомысленного молодого человека он превращается в мужчину, познавшего горечь потерь.

## А. Сахонь

### СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗОВ ГЕРОЕВ В РОМАНЕ Э. БРОНТЕ «НЕЗНАКОМКА ИЗ УАЙЛДФЕЛЛ-ХОЛА»

Роман Энн Бронте «Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» («The Tenant of Wildfell Hall», 1848) отличается сложным композиционным построением и смелым решением ряда актуальных для писательницы и ее эпохи вопросов, таких как гендерное неравенство и положение женщины в обществе, проблема истинной веры, разрушительное влияние алкогольной зависимости на личность и семейные отношения. Особенностью композиции романа является то, что он построен как письма Гилберта Маркхема своему другу, однако большую часть произведения занимают выдержки из дневника возлюбленной Маркхема Хелен Грэхем; таким образом, в романе два повествователя. В связи с этим важной проблемой является выявление использованных автором характерологических средств.

Образ Хелен Грэхем, чье настоящее имя Хелен Хантингдон, двоякий. С одной стороны, она показана глазами Маркхема, которого она одновременно притягивает своей красотой, умом и таинственностью и отпугивает своим строгим видом и замкнутостью. Второе измерение образа Хелен создается посредством ее дневника, который она дает Маркхему, чтобы он узнал о ней правду, и таким образом в романе создается ее психологический портрет. Читатель (и Маркхем) узнает, что Хелен сама выбрала себе мужа, однако впоследствии бежала от него с ребенком, когда поняла, что тот спился и стал тираном. Скрываясь от всех, Хелен сама строит свою судьбу, зарабатывая на жизнь рисованием. В своих поступках, мыслях, словах Хелен предстает как женщина чувственная, эмоциональная, мягкосердечная и милосердная.

Гилберт Маркхем – уверенный в себе молодой повеса, пылкий и впечатлительный, и чтобы это подчеркнуть, Энн Бронте многократно прибегает к описанию природы его глазами. В письмах героя раскрываются его психология и образ мыслей, а в его речи проявляются высокие интеллектуальные возможности. Однако Гилберт является динамичным героем, так как он приходит к более глубокому пониманию жизни после того, как знакомится с Хелен и узнает историю ее жизни. Антиподом Маркхема и антигероем в романе является муж Хелен – Артур Хантингдон, человек самовлюбленный и невоздержанный, что проявляется в его поступках и речи: он пристрастился к алкоголю и изменяет Хелен с женой своего друга, ничуть не раскаиваясь в этом, сквернословит сам и приучает к этому сына. Важной характеристикой Артура является его фамилия – *Huntingdon*, которая содержит в себе слово *hunt* ('охотиться') и отражает сущность героя: заполучив Хелен в жены, он тут же утратил к ней интерес. Вместе с тем Хантингдон также является динамичным героем, так как в финале романа он осознает свое аморальное поведение и просит прощения у Хелен.

Таким образом, создавая яркие, запоминающиеся образы героев, Э. Бронте раскрывает социальную, нравственную и психологическую проблематику.

## **В. Серебрянцева**

### **РОЛЬ РАССКАЗЧИКА В РОМАНЕ Ф. С. ФИЦДЖЕРАЛЬДА «ВЕЛИКИЙ ГЭТСБИ»**

Роман «Великий Гэтсби» («The Great Gatsby», 1925), написанный Ф. С. Фицджеральдом, является ярчайшей иллюстрацией американской «эпохи джаза» 1920-х годов. Фицджеральд, будучи представителем «потерянного поколения», в форме художественных произведений документировал тенденции жизни общества и отдельных личностей на фоне процесса переосмысления жизненных ценностей и изменения укрепившихся традиций в период, последовавший после завершения Первой мировой войны.

В своем романе Фицджеральд прибегает к повествованию от первого лица с помощью персонажа, непосредственно вовлеченного в происходящие события, – Ника Каррауэя. Именно через призму восприятия Ника и его суждения читатель получает представление о том или ином событии. Ник, будучи участником всех основополагающих событий романа, влияет на ход истории минимально, являясь скорее наблюдателем, и, не преследуя выгоды или не испытывая большой привязанности к действующим лицам романа, дает насколько возможно непредвзятую и объективную оценку происходящему.

С первых страниц романа читатель проникается симпатией к рассказчику в лице Ника, так как может с легкостью ассоциировать себя с ним. Важно то, что Каррауэй является «надежным» рассказчиком. Информация, которой он делится с читателем, может быть проверена в процессе погружения в роман. Ник создает уникальную атмосферу, описывая внешность и действия героев романа с использованием таких приемов создания яркого литературного образа, как метафора, гипербола, эпитет и т.п. Также через пространственные описания Ник представляет объект с необычных точек зрения, вызывая картины из прошлого или апеллируя к социальному контексту, тем самым дополняя образ персонажа, предмета или контекст ситуации. Важно отметить, что Каррауэй, повествуя, также приоткрывает значения слов и действий, принадлежащих другим персонажам, объясняя читателю, какое значение им придает герой, которому они принадлежат. В этом прослеживается черта «всезнающего» рассказчика, так как Ник не может знать мысли кого-либо, кроме себя. Ник как «всезнающий» рассказчик полностью раскрывается при подробном описании событий, при которых он не присутствует (например, сцена в гараже Джорджа Уилсона).

Роль рассказчика в романе «Великий Гэтсби» определяется двумя функциями. Ник выступает проводником читателя в мир романа, создавая «эффект присутствия», то есть позволяя прочувствовать происходящее так, как если бы читатель сам являлся героем произведения. Также Ник Каррауэй является рупором авторских идей, концентрируя внимание читателя на тех аспектах, которые были небезразличны самому Фицджеральду.

## ОБРАЗ НЕБА В ПОЭЗИИ БЭЙ ДАО

Бэй Дао (北岛) – один из лидеров «туманной поэзии» (朦胧诗). В своем творчестве поэт нередко использует образ неба.

Существует несколько версий появления культа Неба в Китае.

1. Вера в Небо была распространена у племени Чжоу. Подтверждение этому можно найти в стихах «Ши цзина» (诗经). Небо в «Книге песен» является безграничной высшей силой, управляющей людскими судьбами.

2. Иероглиф *тянь* 天 встречается уже в иньских гадательных надписях (2-я половина II тыс. до н.э.).

3. В культурной парадигме носителя китайского языка сосуществует идея «появления» мира и человека: миф о Паньгу – разделяет небо и землю, мифы о Нюйва – чинит небосвод.

4. Образ неба представлен в философских трудах представителей конфуцианства (Небо – высшая сила, носителем которой на Земле является правитель, «сын Неба») и даосизма (мотивы творения Неба и Земли).

Бэй Дао в стихотворении «Ответы» обращается к образу неба: «Ты видишь, в небе, золоченном солнцем, // Умерших призраки ведут свой разговор» (<https://www.twirpx.com/file/1283905/>).

Небо является местом обитания душ умерших людей. В даосском тексте «Ле цзы» (列子) говорится: «Дух принадлежит Небу, кости принадлежат Земле. То, что принадлежит Небу, чисто и рассеянно. То, что принадлежит Земле, осязаемо и слеplено воедино» (<https://libking.ru/books/religion/69959-le-tszy-le-tszy-perevod-v-v-malyavina.html>).

Лирический герой Бэй Дао не верит, что мрачные времена закончатся и наступит светлое будущее: «Не верю я ни в неба синеву».

Однако в стихотворении можно проследить определенное развитие сюжета, где через отрицание и неверие в силу Неба, герой вновь обращается к вере: «В дни потрясений лишь сиянье звезд // Не позволяет небу развалиться» (<https://www.twirpx.com/file/1283905/>).

Звезды, как олицетворение душ предков, которые, согласно традиционным верованиям китайцев, играют важную роль в жизни человека: «Если первый долг китайца состоял в выражении признательности Небу, то второй долг – в признательности предкам. Позднее Небо стало рассматриваться, как предок всех живущих и второй долг стал первым» (Л. С. Васильев. «Культы, религии, традиции в Китае»).

Таким образом, в стихотворении «Ответы» Бэй Дао уделяет большое внимание образу неба, как источнику неиссякаемой веры в будущее и надежды на перемены в жизни человека и общества.

**Т. Сорочинская**

**ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ РЕШЕНИЯ  
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ  
В РОМАНАХ Р. РЕНДЕЛЛ «ПОРТОБЕЛЛО» И «ЖИВАЯ ПЛОТЬ»**

Проблематика, согласно Л. М. Крупчанову, – это совокупность всех затронутых и раскрытых в произведении проблем. Проблематика отражает разные стороны общественной жизни, благодаря чему выделяют нравственную, философскую, социальную, политическую и другие ее типы. Во многих случаях творения словесного искусства становятся многопроблемными, и эти проблемы далеко не всегда разрешаются в пределах произведения.

Рут Барбара Ренделл (1930–2015) – британская писательница, автор популярных детективов и психологических триллеров. Ее романы «Живая плоть» (1986) и «Портобелло» (2008) можно отнести к жанрам психологического триллера, криминального, социального и даже философского романов, что и определяется проблематикой произведений.

Психологическая проблематика романов включает проблему «одержимости человеческой природы», которая принимает самые разнообразные формы, а также различные проблемы, связанные с психологическими расстройствами личности, их формированием и влиянием на жизнь человека.

Социокультурная проблематика обеих книг включает проблемы семьи и ее влияния на людей. К другим социальным проблемам относятся бедность, богатство и классовое неравенство как причина преступлений. Автор умело затрагивает проблему иммигрантов и религиозных групп, прав человека, безработицы и инфляции.

К философской проблематике романов относятся такие проблемы, как зависимость нашей жизни от банального случая, мораль и материальные ценности.

Таким образом, в данных произведениях сочетаются все три типа проблематики, которые находятся в некоем взаимоподчинении, подчеркивая определенные стороны содержания. Ренделл не всегда дает прямые ответы на вопросы, но через призму иронии предлагает новый взгляд на современность, что отличает произведения от стандартных психологических триллеров.

То, как Ренделл обыгрывает судьбу своих персонажей в романах «Портобелло» и «Живая плоть», и является своеобразным решением социально-психологических проблем. Все поступки и преступления, совершенные персонажами, влекут за собой последствия, характер которых обычно зависит от характера самого поступка. Данная авторская задумка воплощается в различного рода случайностях и ироничных поворотах судьбы, граничащих с «кармой», которым Рэнделл часто придает философский смысл. Подобные проявления кармы можно заметить в обоих романах. Так, после совершения грабежей Ланса Платта то избивают, то самого обворовывают. Виктор Дженнер, который попадает в тюрьму за выстрел в полицейского, посте-

пенно сходит с ума за совершение насильственных действий и, в итоге, убив человека, умирает сам. Хорошие поступки или желание исправиться, в свою очередь, всегда вознаграждаются в той или иной мере. Из анализа проблематики данных романов можно вывести одну из закономерностей художественного разрешения проблем: если люди не адаптируются к новому миру или не пытаются измениться, они погибают.

## А. Труханенок

### ОБРАЗНО-СИМВОЛИЧЕСКАЯ СИСТЕМА РАССКАЗА Т. ДРАЙЗЕРА «ПРИБЕЖИЩЕ»

Теодор Драйзер – американский писатель и общественный деятель, представитель школы натурализма в литературе США. Талант Драйзера проявился не только в его романах, но и в малой прозе. Обратимся к рассказу «Прибежище» («Sanctuary»), вошедшему в сборник «Цепи» («Chains», 1927). Главной героиней рассказа является Мэдлейн Кинселла, которая растет в условиях ужасающей нищеты, а впоследствии стремится выйти замуж, однако вынуждена торговать своим телом, чтобы прокормить себя и пьяницу-мать. За это ее арестовывают и приговаривают к пребыванию в течение года на попечении монахинь ордена Доброго Пастыря. Отбыв срок, Мэдлейн выходит замуж, однако когда муж выгоняет ее на улицу, она сама возвращается в Дом Доброго Пастыря.

Для более глубокого понимания идейно-тематического содержания рассказа следует рассмотреть созданные автором образы-символы. Главными символическими образами в рассказе «Прибежище» являются, на наш взгляд, Дом Доброго Пастыря и цветок, с которым автор сравнивает Мэдлейн и девушек, которые оказались в похожей ситуации.

Слово *дом* традиционно ассоциируется с безопасностью, убежищем, семьей, однако Дом Доброго Пастыря поначалу предстает как заведение, где царят строгие законы, при этом автор большое внимание уделяет описанию его тюремного облика. Постепенно, однако, в рассказе начинает актуализироваться традиционный смысл слова *дом*, так как Мэдлейн находит в Доме Доброго Пастыря понимание и поддержку среди монахинь и таких же девушек, как она сама. Эта целомудренная, полностью женская среда предлагает Мэдлейн безопасность и принятие, и теперь стены и решетки Дома Доброго Пастыря служат не для того, чтобы сдерживать свободу Мэдлейн, а для того, чтобы защитить ее от горечи и предательства жизни снаружи. Слово *цветок*, повторяющееся на протяжении всего рассказа, традиционно ассоциируется с красотой, невинностью, молодостью и хрупкостью. В рассказе образ цветка встречается в начале, в связи с описанием среды, в которой Мэдлейн жила в детстве, но от которой она разительно отличалась: *цветок, распутившийся на помойке*. Далее образ цветка используется Драйзером для обозначения того, как к Мэдлейн относились мужчины, в частности, первый любовник Мэдлейн видел в ней, как и во всех женщинах, *только преходящее удовольствие, как в цветке, который можно сорвать и бросить*.

Таким образом, цветок становится символом не только женской красоты и чистоты, но и морального, психологического и физического насилия над женщиной. Можно сделать вывод о том, что контекстуальные значения Дома Доброго Пастыря и цветка имеют связь с традиционными значениями этих символических образов. Образ Дома Доброго Пастыря указывает на то, что дом – это не красивое здание, а место, где человек чувствует себя в безопасности, а образ цветка указывает на зависимое положение женщины в патриархальном обществе.

## **Н. Турчанинова**

### **ЖАНРОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РОМАНА Б. АНСВОРТА «МОРАЛИТЕ»**

Современный читатель любит исторический роман, установившийся как жанр в начале XIX века. Во всех национальных литературах наблюдается проявление интереса к прошлому. Не является исключением британская литература. Бэрри Ансворт считается одним из ведущих английских исторических романистов. Его романы полны мельчайших деталей и описаний, без труда погружают читателей в различные страны, континенты и эпохи. Действие романа «Моралите» («Morality Play», 1995) разворачивается в XIV веке. Повествование этого произведения ведется от лица 23-летнего монаха Никласа Барбера, которому наскучило переписывать книги в монастыре, и он решает броситься в бега. Никлас встречает бродячих артистов и просит их взять его в труппу. На пути их следования попадает небольшой городок, в котором за пару дней до их приезда произошло убийство мальчика. В убийстве обвиняют глухонемую девушку, в доме которой монах, прислуживающий молодому лорду, находит кошелек убитого. Труппа ставила проверенные годами моралите, но, увидев возможность привлечь широкую аудиторию, Мартин, ее глава, предлагает создать спектакль на основе случившихся событий. С каждым выступлением их знания растут, как и интерес аудитории. Вскоре они узнают, что их версия событий гораздо ближе к опасной правде, чем они первоначально представляли. В конце романа правосудие восторжествовало, а молодую девушку отпускают на волю.

В первую очередь это произведение можно определить как исторический роман, поскольку в нем повествование ведется на фоне исторических событий. И хотя в романе исторические личности не выступают в роли главных героев, не затрагиваются известные события, сюжет романа построен на проблеме судьбы отдельного человека. Автор очень точно передает атмосферу и дух того времени, создавая картину, он учитывает самые мелкие детали, поэтому это произведение можно отнести и к историческому роману. В «Моралите» отчетливо видны признаки детективного романа, поскольку его сюжет романа построен на раскрытии загадочного преступления, наличии процесса расследования и подозреваемого, а также на установлении личности преступника и выявлении всех обстоятельств убий-

ства. Помимо этого, книга содержит элементы психологического романа, так как в ней большое внимание уделяется характерам персонажей и их душевным переживаниям. В романе также присутствует и любовная линия, проявляющаяся в отношении Мартина, главы труппы, к молодой девушке, заключенной в тюрьму. Кроме того, в этом произведении можно обнаружить черты семейного романа, а точнее, наличие внутрисемейного конфликта между лордом де Гизом и его сыном, хотя этот конфликт не очевиден читателю. Можно лишь предположить, что между отцом и сыном сложились нелегкие отношения, когда отец узнал правду о своем сыне, который убивал маленьких мальчиков ради удовольствия.

Таким образом, как и в большинстве современных произведений, в романе Б. Ансворта «Моралите» присутствуют элементы разных жанровых разновидностей.

## Е. Федутик

### ЭМИГРАНТСКАЯ ПРОЗА КАК НАСЛЕДИЕ ДВУХ КУЛЬТУР (на примере романа М. Хиндуса «Красный хлеб»)

Социальные и политические потрясения XX в. привели к массовой миграции населения по всему миру. Вследствие этого получает свое развитие малоизученный пласт эмигрантской литературы. Главной особенностью эмигрантской прозы является сочетание двух, а порой и более, культур, которые раскрываются сквозь призму знаний автора.

Одним из представителей эмигрантской прозы является Морис Хиндус (1891–1969) – выходец из Российской империи. Сфера интересов М. Хиндуса охватывает русскую литературу и историю русского крестьянства. «Красный хлеб» («Red Bread», 1931) – самая значимая книга-свидетельство о коллективизации – предлагает всесторонний очерк состояния дел в России 1929–1933 годов.

Несомненно, принадлежность автора к двум культурам является как неоспоримым преимуществом созданных им произведений, так и проблемным полем, которое необходимо учитывать в процессе перевода такой прозы на другие языки. Основная часть трудностей связана со следующими компонентами текста: а) национально-специфические реалии общественно-политической деятельности (*koolacks, seredniaks, bedniaks*); б) разговорные клише, которые переданы М. Хиндусом с помощью приема транслитерации (*ciechas, ceichas; poshaluista; bozhe moy*); в) безэквивалентная лексика, которую можно переводить, перегружая текст дефинициями, или транскрибировать (*holish (голыш) – нищий человек*); г) авторские стилистические приемы, требующие адекватной эстетической передачи (*drive people into the kolkhoz like cattle to pasture; they clamored for the pigs, flourishing their money*); д) стилистика автора, в данном случае включающая в себя эклектичный жанр произведения (репортаж, путевая проза, статистика, социология), который требует использования перифрастического приема и недопущения «потери»

стиля, а также выбора лексем (односложные глаголы вместо фразовых, возвышенные литературные выражения при описании бытовых сцен, уточняющие конструкции, не типичные для английского языка).

Адекватная и понятная иностранному читателю передача исторических реалий является достаточно трудной задачей; переводческая деятельность усложняется, если мы говорим об эмигрантской литературе, написанной на неродном языке автора. Такой вид прозы требует применения особых переводческих стратегий.

## **В. Федюкович**

### **ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ НАУЧНОЙ ФАНТАСТИКИ (на примере романа А. Азимова «Конец Вечности»)**

Сегодня научная фантастика является одним из самых популярных литературных видов. Научная фантастика строится на фантастических домыслах в области науки и техники, в том числе как естественных, так и гуманитарных наук.

Одной из самых мощных работ Азимова является книга «Конец Вечности» («The End of Eternity», 1955). Это, безусловно, качественный образец научной фантастики, в котором отражены многие мысли и стремления эпохи расцвета этого жанра. Роман «Конец Вечности» описывает деятельность организации «Вечность», в которой работают так называемые вечные. Она располагается вне времени, контролирует ход истории, вносит коррективы. Целью таких изменений значится, как утверждают Вечные, благо человечества, так как отрицательный эффект этих изменений обычно замещается положительным. Вечные предотвращают войны, катастрофы, эпидемии.

Главным героем романа является Техник Эндрю Харлан, он лучший в своем деле. Харлан увлекается Первобытной Историей, то есть временами, когда «Вечность» еще не существовала. Из-за этой своей страсти он идеально подходил для целей Твиссела в проекте Виккора Маллансона. И этим самым он оказывается втянутым в целый ряд хитросплетенных интриг. Но все меняется, когда он встречает Нойс Ламбент – красивую, молодую аристократку из Столетия 482. Она сразу привлекла внимание Эндрю, и ради нее он шел на необдуманные действия. Эндрю от любви потерял голову, и эта любовь явилась причиной уничтожения «Вечности».

Увлекательными направлениями романа являются: путешествия во времени, освоение космоса, пути развития науки и техники, мечты и стремления покорить космические просторы. В этом романе можно выделить множество идей и сюжетных линий, а также есть здесь детективная и любовная линии.

Надо отметить, что проблемы в данном произведении поднимаются серьезные. Вечные видели свою цель в обеспечении человечества максимальной стабильности и безопасности. Наблюдатели из Скрытых Столетий хотели вернуть человечество в Исходную Реальность, и открыть ему дорогу к звездам. При этом и те и другие почему-то считали себя вправе распо-

ряжаться судьбами миллиардов людей без их согласия и даже ведома. Но, лишая человека возможности допустить ошибку, можно прийти к тому, что он перестанет развиваться и наступит период стагнации. В романе «Конец Вечности» Азимов обращается к «вечной» философской и моральной проблеме – конфликту между целью и средствами ее достижения в человеческой деятельности. Таким образом, Азимов также показывает, что за благородными целями могут скрываться совершенно иные мотивы и побуждения, в которых люди не отдают себе отчета.

## **Е. Чурзина**

### **ПОЭТИКА ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В ТВОРЧЕСТВЕ ДЖ. ФАУЛЗА (на примере романов «Волхв» и «Коллекционер»)**

Романы «Волхв» и «Коллекционер» выдающегося писателя, романиста и эссеиста Джона Роберта Фаулза изобилуют аллюзиями на мифы и литературные произведения и представляют большой интерес для исследования функционирования интертекстуальности в художественном произведении. Актуальность работы определяется возрастающим интересом к творчеству английского романиста. Методология исследования определяется биографическим, культурно-историческим и интертекстуальным подходами.

Роман «Волхв» содержит многочисленные мифологические аллюзии, что делает его своеобразной «загадкой в загадке». В XX в. множество авторов обращаются к теме мифологии. Этому способствуют археологические открытия, исследования в области древнегреческой культуры, литературы и мифологии. Мифологизм в литературе XX в. представляет собой критику пороков современного мира и буржуазного общества, выход за пространственно-временные рамки и служит диалогу эпох и поиску вечных начал. Через множество аллюзий можно проследить, как главный герой проходит сложный путь в поисках себя. Изначально это был Одиссей, отправившийся в путешествие, затем Тесей, сражающийся в лабиринте своего подсознания с Минотавром, и, в конце концов, Орфей, спускающийся в царство Кончиса-Аида, чтобы вернуть свою любимую. Главный герой, одолеваемый «танталовыми муками», избавляется от своих иллюзий, чтобы обрести целостность и гармонию.

В дебютном романе «Коллекционер» есть множество отголосков пьесы «Буря» Шекспира – произведения, которое Фаулз считал самым глубоким в творчестве великого драматурга (как и «Одиссею» Гомера). Писатель вновь обращается к волнующим человечество вопросам с помощью переработки шекспировского сюжета. Ассоциации с «Бурей» присутствуют с самого начала произведения на уровне имен персонажей. Главными героями «Коллекционера» являются Миранда и Клегг (Миранда называет его Калибаном). Фаулз воскрешает героев «Бури», при этом наделяя их новыми качествами и добавляя свое собственное видение. Многочисленные шекспировские аллюзии объясняются близостью мировоззренческих взглядов

авторов. Фаулз как будто показывает нам, что на протяжении всех эпох человечество одолевают одни и те же страсти и вопросы бытия. Разные времена, эпохи и традиции сводятся в метатексте одного автора. Многочисленные прямые и косвенные аллюзии на мифологические, литературные, музыкальные и художественные произведения прошлого в произведениях Фаулза являются своеобразным ускоренным курсом всемирной истории и культуры для современного человека.

## А. Шелег

### МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ NADSAT В АНТИУТОПИИ Э. БЕРДЖЕССА «ЗАВОДНОЙ АПЕЛЬСИН»

Название жанра *утопия* происходит от произведения Томаса Мора, где изображается идеальный общественный строй. Линия Т. Мора была продолжена многочисленными писателями в разных странах мира. На рубеже XIX–XX вв. происходит теоретическое осмысление данного феномена и одновременно нарастает внимание к технологическим факторам развития цивилизации, где в центре оказывается не столько политическая организация общества будущего, сколько прогнозирование научных достижений и, главное, их социальных и психологических последствий. С середины XX в. получает популярность жанр антиутопии (дистопии), являющейся прямой противоположностью утопического общества, идеальной жизни. Антиутопические произведения Дж. Оруэлла, О. Хаксли, Р. Брэдли являются как бы сигналом, предупреждением о возможном скором закате цивилизации. Типичные черты антиутопии: критика оптимистического взгляда на будущее, перенесение на воображаемое общество негативных черт современного общества, пространственная или временная дистанция между реальным обществом и антиутопическим, жесткая общественная иерархия, атмосфера безысходности, цикличности и статичности мира.

Одной из ключевых фигур в антиутопической литературе является Энтони Берджесс, автор сатирической антиутопии «Заводной апельсин». Хотя писатель создал одиннадцать романов, перевел ряд произведений других авторов, занимался музыкой, в историю он вошел благодаря огромной популярности «Заводного апельсина». Роман повествует о жизни Алекса, главаря банды подростков, главным развлечением которых является насилие. В нем описывается общество, где существует огромный разлад между поколениями, а старшее не способно найти общий язык с молодым поколением, поскольку оно не понимает запросов и потребностей молодежи.

Особенностью романа является изобретенный автором молодежный сленг Nadsat, соответствующий обозначению *-надцать* и который представляет из себя набор лексем, в большинстве своем заимствованных из русского языка. Используется значительное число слов, которые обнаруживают родство с целым рядом понятий и символов русской культуры. Берджесс демонстрирует глубокое знание русского языка, которым он владел наряду с немецким, испанским, японским, итальянским и валлийским.

В создании молодежного сленга, однако, главную роль сыграл русский язык. Этот необычный сленг выполняет три основные функции: отделяет молодежь в романе от остального социума, демонстрирует способ «промывки мозгов» и эвфемизирует сцены жестокого насилия.

## **Е. Шифман**

### **ПОСТМОДЕРНИСТСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ БИБЛЕЙСКОЙ ИСТОРИИ В РОМАНЕ ДЖ. БАРНСА «ИСТОРИЯ МИРА В 10 1/2 ГЛАВАХ»**

Проблема постмодернистского видения истории рассматривается в романе Дж. Барнса «История мира в 10 1/2 главах» («A History of the World in 10 1/2 Chapters»). Роман, опубликованный в 1989 году в Лондоне, вызвал большой резонанс в английском обществе. Употребление неопределенного артикля перед словом *история* в английском варианте названия романа говорит о том, что речь идет о возможностях толкований известных событий, поскольку неоспоримой конечной истины, согласно постмодернистскому видению мира, не существует. Роман представляет собой некий диалог с прошлым, в котором автор пытается показать, что наша картина мира не является истинной. Писатель прибегает к использованию таких приемов, как фрагментарность, многочисленные заимствования, аллюзии на библейские сюжеты Ветхого Завета, игра с читателем, множественность прочтений и интерпретаций, черный юмор.

Роман «История мира в 10 1/2 главах» представляет собой диалог с предшествующей культурой, в ходе которого происходит перекодировка смысловых значений: ниспровергаются общеизвестные истины, отвергаются религиозные, морально-этические постулаты, сдвигаются грани познаваемого.

Роман состоит из десяти глав, каждая из которых представляет собой законченный рассказ. Нет единой тематики, единых героев, единого времени и места действия. Два связующих звена всего текста – это мотив путешествия (плавания) и образ древесного червя. Каждая глава имеет свою тематическую, жанровую, композиционную и стилистическую специфику. Помимо рассказов, в роман включены тексты документов и эссе. Библейский сюжет о Ноевом ковчеге является для романа основообразующим, он закладывает фундамент для философского осмысления известных событий. Однако известная библейская притча показана с новой стороны, библейские образы и сюжеты высмеиваются и предстают в ином свете. Барнс затрагивает и глобальную проблему современности – экологию. Автор утверждает, что, разрушая природу, человек подрывает естественные основы своего существования. Герои романа приходят к выводу, что в мире людей ничего хорошего нет, и быть не может.

По мнению Барнса, прогресс научного знания невозможен, так как объективная истина недостижима. Он не поддерживает идею и о прогрессивной направленности истории, отрицает ее объективность. Все это полностью совпадает с постмодернистским мироощущением.

# ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

**К. Антоник**

## ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА СПАМА

Слово *спам* обозначает рассылку нежелательных сообщений рекламного или иного характера по электронной почте и другим каналам электронной коммуникации. Существуют различные методы борьбы со спамом, но ни один из них не дает стопроцентной гарантии защиты от нежелательных рассылок. Однако для любого алгоритма фильтрации существует вероятность удаления вместе с нежелательными сообщениями также и сообщений, содержащих значимую для получателя информацию.

Именно по вышеуказанным причинам лингвистический анализ спама имеет значительную практическую ценность. Для разработки эффективных программных средств фильтрации необходимы адекватные данные о структуре и содержании текстов, а также о коммуникативных особенностях отправителей и получателей сообщений. Для создания такой модели нужно выделить различные грамматические, лексические и синтаксические особенности спам-сообщений.

Материалом для анализа послужили тексты англоязычных спам-сообщений, взятые из электронных почтовых ящиков автора данной работы. Тематика почтовых сообщений – «Отдых и путешествия».

С лингвистической точки зрения, на организацию текста спама оказывают непосредственное влияние две основные тенденции: соблюдение стилистических рамок электронного письма как жанровой разновидности интернет-коммуникации и использование психолингвистических приемов построения максимально эффективного рекламного текста. Основными чертами спама являются: 1) анонимный отправитель; 2) односторонний характер коммуникации; 3) часто намеренное нарушение орфографии (используется с целью преодолеть программные фильтры).

Каждое из анализируемых сообщений образовано двумя основными компонентами: темой электронного сообщения и телом письма. Тема электронного сообщения – это микротекст, выполняющий собственную коммуникативную функцию и обладающий определенной степенью автономности по отношению к основному тексту сообщения. Целью этого текста является привлечение внимания получателя. Тело письма несет на себе основную смысловую нагрузку в плане реализации намерений отправителя. Важной для эффективного восприятия содержащейся в нем информации является оформление текста письма: короткие абзацы (2–3 предложения), выделение значимой информации с помощью графических средств.

Разнообразие типов спама и постоянное появление новых способов обходов существующих систем фильтрации приводят к необходимости постоянного изучения лингвистических особенностей спам-рассылок для продолжения нахождения новых методов борьбы со спамом.

**С. Апанович**

## ПРИЕМЫ НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ

В настоящее время предложение со стороны производителей на рынке товаров и услуг постоянно увеличивается. Каждый производитель заинтересован в продаже товара и получении наибольшей прибыли, то есть в увеличении спроса на этот товар. Это ведет к увеличению количества рекламы, воздействующей на человека, так как именно реклама позволяет сократить различие между спросом и предложением путем повышения спроса, т.е. с максимальной выгодой для производителя. Реклама – это информация о товарах и услугах с целью оповещения потребителей и создания спроса на эти товары и услуги.

Нейролингвистическое программирование (НЛП) – это область практической психологии, изучающая структуру субъективного опыта людей, занимающаяся раскрытием механизмов и способов моделирования опыта с целью совершенствования и передачи выявленных моделей другим людям.

Материалом исследования послужили тексты англоязычной печатной рекламы автомобилей и косметики. Основное, что дает НЛП рекламе – это применение в рекламных обращениях приемов, позволяющих оказывать воздействие на бессознательном уровне. Учитывая, что большинство решений о покупке принимается на уровне бессознательных механизмов психики, использование этих приемов делает рекламные обращения по-настоящему мощным инструментом, и, тем самым, значительно повышает степень их воздействия на фоне других влияющих факторов.

Приемы нейролингвистического программирования используются в рекламе для того, чтобы сделать рекламное сообщение более понятным и доступным для восприятия, т.е. чтобы максимально полно донести информацию о товаре до потребителя. Воздействие рекламы на психику потребителя осуществляется в несколько этапов: привлечение внимания, возбуждение интереса, формирование мотива и желания, стимуляция активности. Текст рекламы выполняет весьма важную мотивационную роль и побуждает субъекта реализовать свое желание в соответствующих действиях.

Нами были выявлены скрытые (или, согласно терминологии НЛП, встроенные) вопросы – это такие утвердительные предложения, которые провоцируют слушателя на размышление и ответ на непрямой вопрос, например: *We do not know whether you are satisfied with your job*. Часто эти предложения содержат элементы пресуппозиций: *It would be interesting to know, when you first understood that you are not satisfied with your job* (пресуппозиция – ‘Вы не довольны своей работой’).

Таким образом, встроенные вопросы оказываются, по сути, скрытыми командами, желательными для исполнения с точки зрения рекламодателя, причем эти команды остаются незамеченными слушателями.

**Д. Возняк**

## НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ АНАЛИЗА В СИСТЕМАХ АВТОМАТИЧЕСКОГО КИТАЙСКО-РУССКОГО ПЕРЕВОДА

В ходе создания систем автоматического перевода (АП) главной задачей является формализация текста, и, в конечном итоге, получение работающих алгоритмов, которые позволяют получать текст перевода. Эффективное осуществление формализации отмечается на морфологическом, лексическом и синтаксическом уровнях. Трудности для формализации представляет семантический уровень, что обусловлено наличием контекстуальных значений, а также связи со смыслом конкретного высказывания в определенной коммуникативной ситуации. Помимо этого, результат перевода предполагает передачу смысла текста в целом.

Текст представляет собой объект перевода, который связан с действительностью языком коммуникации статья и мышлением автора. Проявление этой связи может отмечаться на предметном, логическом и лингвистическом уровнях. В первом случае это проявление представляет собой экстралингвистическую информацию, во втором – средства развертывания и организации авторской мысли, в третьем – конкретные языковые средства, используемые автором. Не менее важным элементом является адресат, так как он получает и воспринимает текст. Следовательно, именно на него осуществляется ориентация переводчика в процессе выбора того или иного варианта перевода.

Нами был проанализирован перевод с китайского языка на русский научно-технических текстов. Анализ текста в процессе перевода предполагает преобразования и трансформации средств выражения языка. Лингвистический анализ текста, который занимает центральное место, не является достаточным для осуществления качественного перевода. Помимо него проявляется необходимость в логическом и предметном анализе текста.

В 2016 г. Google представила систему нейронного машинного перевода, которая использует искусственную нейронную сеть для улучшения качества перевода. Нейронная сеть переводит предложение целиком, учитывая контекст. Система не запоминает сотни вариантов перевода фраз – она оперирует семантикой текста. При переводе предложение разбивается на словарные сегменты. Затем с помощью специальных декодеров система определяет «вес» каждого сегмента в тексте. Далее вычисляются максимально вероятные значения и перевод сегментов. Последний этап – соединить переведённые сегменты с учетом грамматики.

На данный момент перевод на основе правил и нейронный машинный перевод являются лидерами среди методов машинного перевода, однако потенциал систем перевода на основе правил рано или поздно будет исчерпан, в то время как качество перевода систем, основанных на нейронных сетях стремительно улучшается.

**А. Глушакова**

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ПРИ АВТОМАТИЧЕСКОМ ПЕРЕВОДЕ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВЫХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Для выполнения перевода высокого качества с одного языка на другой необходимо использование определенных преобразований единиц текста-оригинала. Данная необходимость вызвана лексическими и грамматическими различиями в языках, наличием устойчивых выражений, специфических для каждого языка и требующих особых приемов перевода для корректной передачи их смысла. Для достижения цели корректного перевода с языка-оригинала на переводной язык с сохранением смысла текста переводчик прибегает к использованию различного рода переводческих трансформаций, а именно межъязыковых преобразований и перефразирований с целью достижения адекватности перевода.

В настоящее время переводчики могут прибегать к использованию автоматических систем перевода, таких как Google Translate, в работе которых также можно отметить использование переводческих трансформаций. Как и при переводе человеком, при автоматическом переводе используются как лексические, так и грамматические трансформации. В данной работе рассматриваются лексические и грамматические преобразования при автоматическом переводе англоязычных официально-деловых текстов.

Материалом исследования послужили 40 текстов решений Исполнительного совета ЮНЕСКО, принятых на 201 сессии весной 2017 г. и их автоматические переводы при помощи системы Google Translate. В результате анализа текстов на исходном языке (английский) и их русскоязычных переводов при помощи Google Translate были выявлены следующие наиболее частотные виды лексических трансформаций: генерализация, конкретизация, лексическое добавление, лексическое опущение, транслитерация, калькирование, транскрипция. Например, *to encourage* ‘призывать к’ (конкретизация), *to further enhance* ‘укреплять’ (опущение + конкретизация).

Переводчиком Google Translate были также использованы следующие виды грамматических трансформаций: перестановка, замена части речи, замена числа существительного. Например, *also recalling* ‘ссылаясь также’ (перестановка), *priority* ‘приоритетная’ (замена части речи, существительное – прилагательное), *synergies* ‘синергизм’ (замена числа существительного).

Следует отметить, что автоматический перевод официально-деловых текстов обладает достаточно высокой точностью передачи смысла исходного текста. Однако общее количество лексических трансформаций, примененных при автоматическом переводе, меньше числа трансформаций в официальном переводе, выполненном человеком. Это является следствием того, что автоматический переводчик не выполнял такие виды трансформаций, как модуляция, компенсация и описательный перевод. Следует также отметить, что Google Translate не всегда применял лексические преобразования там, где это необходимо.

**Д. Давыдов**

## ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОМАТИЧЕСКОГО АНГЛО-РУССКОГО ПЕРЕВОДА КОМПЬЮТЕРНЫХ СЛЕНГИЗМОВ

В нашей работе предпринята попытка проанализировать основные особенности англоязычных сленгизмов из сфер информационных технологий, компьютерных игр и интернет-коммуникации, что позволило бы выявить пути улучшения современных систем автоматического перевода с английского языка на русский. В данной работе мы рассматриваем те особенности англоязычного сленга, которые усложняют автоматический перевод. Эту проблему мы считаем актуальной темой, что ввиду того, что сленг представляет собой широкий пласт языковой культуры и мы полагаем, что он требует тщательного изучения из-за его влияния на языковую норму. В процессе исследования были задействованы следующие методы: сопоставительный метод, метод контекстуального анализа и статистический метод.

Материалом для исследования послужил корпус слов, словосочетаний и предложений компьютерного сленга в количестве 200 единиц. Анализ отобранного материала показал, что большая часть сленгизмов представлена отдельными словами. Среди них наиболее многочисленную группу представляют существительные (43 %). Далее следуют глаголы (11 %) и прилагательные (5,5 %). Словосочетания, встречающиеся в корпусе, представлены в значительном количестве (11 %), а самую малую долю составляют предложения (1 %).

Были выявлены следующие способы образования новых сленгизмов: 1) некоторые слова данной лексической системы заимствованы из жаргонов других профессиональных групп; 2) также очень продуктивным является способ метафоризации (многочисленны глагольные метафоры); 3) особое место в компьютерном жаргоне занимают слова, не имеющие семантической мотивировки; 4) одним из путей пополнения компьютерного жаргона является заимствование лексики из английского языка; 5) грамматическое освоение русским языком некоторых заимствований сопровождается их словообразовательной русификацией.

В результате анализа как наиболее продуктивные были выделены следующие способы: 1) сложение, 2) заимствование, 3) образование неологизмов.

Отличительной особенностью компьютерного жаргонного словообразования является высокая образность, нацеленность на передачу грубовато-фамильярного и ироничного отношения к действительности. Это приводит к доминированию экспрессивной функции над номинативной функцией.

Я. Детскина

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

В настоящее время проблема поиска информации имеет решающее значение во многих сферах человеческой деятельности. При этом первое, с чем сталкивается потребитель любого информационного документа – это заголовок. Поэтому вопрос об информативности заголовка выдвигается на первый план многих современных исследований.

Заглавие состоит из одного слова, словосочетания или предложения. Даже однословный заголовок никогда не тождествен слову как единице словаря языка. Соответственно сказанному своеобразна и семантика заглавия: она не тождественна семантике слова и даже словосочетания. Прежде всего, семантика заглавия определена тем фактом, что по отношению к тексту заглавие выполняет функцию номинации, т.е. именуется произведение, позволяет говорить о нем как о некоем предмете. Заглавие – семантическая единица в составе текста, обладающая единством смысла и, как правило, связанная либо с тематическим кругом текста, либо с его характеризующим планом.

Материалом для исследования послужили англоязычные тексты рефератов к патентам по нефти, взятые из базы данных патентных документов Республиканской научно-технической библиотеки Республики Беларусь.

Проведенный анализ англоязычных заголовков рефератов к патентам показал, что исследуемые конструкции носят именной характер и по своей структуре являются номинативными. Основной единицей номинации в них является существительное, отличающееся семантической стабильностью.

Исследование заголовков показало, что существительное образует синтаксические модели в результате пре- и постпозитивного распространения именного ядра заголовка (базовые модели). Формальными разделителями базовых моделей служат, главным образом, предлоги, союзы, знаки пунктуации. Существуют заголовки, состоящие из одного существительного или нескольких, соединенных союзами. Любая базовая синтаксическая модель (за исключением моделей, включающих в себя одиночное ядерное существительное или несколько существительных, соединенных союзами *and* или *or*) состоит из главного (определяемого) и одного или нескольких зависимых элементов (определяющего). Например: *Barge oil skimmer*. При этом вполне закономерно, что словоформы, зависящие от ядерной словоформы (существительного), могут иметь при себе в свою очередь подчиненные словоформы второго ранга и т.д.

Анализ массива заголовков показывает, что заголовки рефератов к патентам чаще всего представляют собой комбинации нескольких моделей. В их оформлении могут принимать участие различные предлоги: *for*, *of*, *with*, *on*, *in*, *from*, *to*, *at*. Например: *A device **for** collecting oil **from** the surface **of** a body **of** water comprising a buoyant conduit **with** an internal transfer means.*

Д. Елисеева

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕКСТА АНГЛОЯЗЫЧНОГО РЕКЛАМНОГО АНОНСА КНИГИ

Современные потребители товаров и услуг живут в мире компьютерных технологий, в котором самым актуальным средством распространения информации является интернет. Книжные издательства и магазины используют его для рекламы и продажи книг, размещая на сайтах рекламные аннотации (анонсы), содержащие информацию о сюжете произведения, его авторе, а также оценку предмета рекламы. Основная коммуникативная цель текста рекламного анонса книги сводится к убеждению потенциальных покупателей в необходимости ее купить, что обеспечивается особой структурой и специфическим лингвистическим оформлением текстов этого вида рекламы.

С точки зрения структурно-семантической организации вербальная составляющая классического рекламного сообщения включает в себя такие основные компоненты, как заголовок, текст и слоган, а также ряд вспомогательных элементов (адресные данные, подписи, комментарии и прескриптор). Предварительный анализ 120-ти текстов рекламных аннотаций англоязычных художественных книг, взятых с сайта [www.ozon.com](http://www.ozon.com), показал, что в материале исследования преобладают рекламные сообщения, структура которых включает такие структурно-семантические составляющие как основной рекламный текст и заголовок (44 %), а также состоящие только из основного рекламного текста (40 %). Можно предположить, что чтобы быть теснее привязанным к предмету рекламы, на уровне основных смысловых блоков текст рекламного анонса книги повторяет структуру текста художественного произведения (заголовок произведения + текст). Как показало исследование, в структуру текста рекламной аннотации книги не входит такой важный компонент как слоган. Это объясняется тем, что слоган должен, как правило, отражать рекламную концепцию того или иного товара (товарный слоган), всей рекламной кампании (слоган рекламной кампании) или маркетинговую политику фирмы-производителя (фирменный слоган), что очень сложно сформулировать для рекламного анонса одной книги. Функцию слогана в данном виде рекламы выполняет довольно часто встречающийся заголовок (60 %). Именно он передает основную идею (мысль) автора рекламируемого художественного произведения и побуждает читателя к совершению покупки.

Анализ семантических типов заголовков позволяет сделать вывод о том, что в материале исследования преобладают (60 %) заголовки прямого действия. К ним можно отнести заголовки информативного типа, содержащие команду и о полезных свойствах товара. Они сразу воздействуют на потребителя, не требуя дополнительных умственных усилий для смысловой интерпретации фразы, и представляют преимущества предмета рекламы (дают понять, о чем будет книга, сообщают о заслугах автора и способствуют правильной сегментации целевой аудитории). Например: *In the latest thriller from the bestselling author of Final Girls, a young woman returns to her childhood*

*summer camp to uncover the truth about a tragedy that happened there fifteen years ago.* Заголовки косвенного действия (провоцирующего и вопросительного типов) менее частотны (40 %), однако используя их, рекламодатель пытается привлечь внимание потребителя, вызывая у него интерес, любопытство, заставляя его найти ответ на поставленный в заголовке вопрос в основном тексте рекламного сообщения. Например: *It's been twenty years since Cormac Reilly discovered the body of Hilaria Blake in her crumbling Georgian home. But he's never forgotten the two children she left behind...*

Приведенные выше разнообразные типы заголовков свидетельствуют о той важной роли, которую этот семантический компонент играет в структурной организации текста рекламного анонса книги.

## А. Еронская

### ДИСКУРСИВНАЯ СТРУКТУРА EURONEWS

Одним из самых известных новостных каналов является *Euronews*. Дискурс *Euronews* соответствует основному заявленному принципу работы канала – объективность и актуальность информации для любого зрителя, независимо от его происхождения и убеждений. При представлении новостей преобладает нейтральная лексика, а также отсутствуют оценочные комментарии журналистов. Точность информирования достигается с помощью включения в текст терминов и терминологических словосочетаний, а также топонимов (*Мадейра, Париж*), антропонимов (*Владимир Зеленский*), хрононимов (*День Победы*), цифр, дат, статистических данных. Для создания видимой объективности и скрытого выражения позиции журналиста служат многочисленные дискурсивные маркеры оценки степени достоверности (*якобы, очевидно* и др.). Журналист избегает включения в текст лишних деталей и подробностей, но для повышения достоверности и привлечения внимания к сообщению кроме указания на источник информации добавляет комментарии: *реактивный комментарий*, а также *журналистский предкомментарий* или *посткомментарий*. С точки зрения лингвостилистического воплощения пред- и пост-комментарии журналиста написаны в нейтральной манере.

*Euronews* как представитель новостного дискурса характеризуется режимом мультимодальности, который за счет различных модусов повышает восприятие аудиторией идеи или концепции. Рассмотрев внешнюю сторону канала *Euronews*, было установлено, что он является уникальным среди новостных каналов, поскольку на нем обычно не присутствуют телеведущие в студии в их классическом понимании. Подавляющее количество материала идет в закадровом звуковом сопровождении, привлекая внимание исключительно к освещаемому событию. Ещё одной особенностью данного канала является то, что все языковые версии каждого новостного сюжета создаются параллельно, не являются переводом с какого-то оригинала, равноценны и не сверяются друг с другом.

Проанализировав структуру *Euronews*, было выявлено, что вся информация, представленная на канале, разделена на тематические блоки (*спорт, культура, бизнес, путешествия* и др.) и рубрики. Преобладающим жанром на канале выступает *новостная заметка* (около 83 % всего эфирного времени).

Ключевым при предъявлении информации на канале является ее максимально точное, лаконичное и нейтральное донесение до зрителя: для этого использованы различные экстралингвистические и интралингвистические средства, играющие существенную роль в обеспечении высокой степени восприятия информации зрителями.

**Т. Илюкович**

### КИБЕРБУЛЛИНГ КАК ВИД АГРЕССИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ

Одной из разновидностей агрессивного поведения человека является буллинг (англ. *bull – бык; bulling*) – жесткая травля, насилие, проявляющееся в постоянном вербальном унижении и оскорблении личности вплоть до использования физического воздействия. Структура буллинга, как правило, включает в себя следующие элементы: преследователя (булли или буллера), жертву, наблюдателя (нейтрального участника), помощников преследователя и защитников жертвы. В процессе активного развития интернет-коммуникации многие явления и черты реального общения прочно внедрились в общение, опосредованное компьютером. Так возник *кибербуллинг* или электронная травля, т.е. преднамеренные агрессивные действия, систематически на протяжении определенного времени осуществляемые группой или индивидом с использованием электронных форм взаимодействия, направленные против жертвы, которая не может себя защитить. Данное явление может принимать различные формы распространения – от агрессивных сообщений в социальных сетях и на форумах до открытых публикаций в интернет-сообществах.

Выделяют следующие типы кибербуллинга:

1. Оскорбление, т.е. унижительные или оскорбительные комментарии, вульгарные сообщения, замечания. Например:

*...get off her page u excuse for a woman. Listen it's obvious nobody loves u and doesn't defend u and by looking at your profile it's no wonder....*

2. Домогательство, т.е. кибератаки, осуществляемые целенаправленно и систематически от фейков или реальных знакомых жертвы. Например:

*Feel sorry for you. This is nothing your about to meet satan. I want you to experience hell. In Satan in the flesh you think it's over now bitch it just begun....*

3. Очернение, распространение слухов, клевета, т.е. выставление жертвы в максимально негативном свете. Например:

*What the hell is wrong with you and this picture? You look like shit. And you a slut bag. And a nasty ass fucker. You can suck my dick. And I hope you make no friends at your new school.*

4. Использование фиктивного имени представляет собой анонимные нападки, в которых намеренно скрывается реальная личность буллера.

5. Публичное разглашение личной информации, например, материального или финансового положения, интимных фото, рода деятельности с целью оскорбления или шантажа.

6. Социальная изоляция, т.е. исключение жертвы из групповых переписок и бесед, что применяется как на деловом, так и на неформальном уровне.

7. Продолжительное домогательство и преследование. Например:

*Yall can fuck off and do kill yourself. Pretentious little fuckers. Suck a dick and eat an infected shit cunt.*

*Fuck you, you stupid fucking CUNT. KILL YOURSELF.*

*Go fuck yourself, I hope you die in your sleep.*

8. Открытая угроза физической расправы. Например:

*I'm gonna take you pieces of fuckers shit out one by one.*

*I can't wait to shoot you in face one by one...*

Таким образом, в последние годы виртуальное общение все чаще входит в нашу жизнь, заменяя реальную коммуникацию, формируя новую сферу информационного взаимодействия и приводя к возникновению новых видов отношений.

## **О. Захаржевская**

### **ОСОБЕННОСТИ КОРПУСНОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ СЛОЖНОСТЕЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ**

В корпусе исследователь получает в свое распоряжение набор аутентичных контекстов, представляющих интересующую его структуру в ее естественном окружении, а также самые разнообразные эквиваленты этой структуры в языке-цели. Поскольку эти эквиваленты также оказываются встроенными в естественные контексты, на основе полученных с помощью параллельного корпуса материалов могут быть сделаны выводы о зависимости выбора эквивалента от типа контекста.

В такой ситуации особенно полезен корпус параллельных текстов. Когда у некоторого слова в специфических употреблениях нет стандартных аналогов в других языках, может создаться впечатление, что подобные смыслы непереводимы в принципе. Корпус показывает, что способы передачи таких смыслов все-таки существуют, и позволяет эти способы описать.

Так, в немецком языке есть огромное количество слов с пространственно-дейктическими элементами *her* ('сюда') и *hin* ('туда'), выражающими идею направления движения. Слова *hin* и *her* употребляются также и самостоятельно. В русском языке нет подобных системно организованных средств для выражения соответствующих дейктических смыслов. Рассмотрим примеры.

*Aber es fiel so viel Russ herein, dass das Mädchen die Luke gleich wieder zuziehen und mit ihrem Taschentuch die Hände K.s vom Ruß reinigen mußte, denn K. war zu müde, um das selbst zu besorgen* [F. Kafka. «Der Prozess»] (Но посыпалось столько сажи, что девушке пришлось тут же закрыть люк и смахнуть сажу с рук К. своим носовым платком, потому что сам он слишком ослабел).

*... da gab ihm der Vater von hinten einen jetzt wahrhaftig erlösenden starken Stoß, und er flog, heftig blutend, weit in sein Zimmer hinein* [F. Kafka. «Die Verwandlung»]. (... и тогда отец с силой дал ему сзади поистине спасительного тепер пинка, и Грегор, обливаясь кровью, влетел в свою комнату).

Однако из приведенных примеров видно, как целесообразный перевод дейктического элемента позволяет установить: кто из персонажей является в данный момент субъектом повествования, а также в каком месте располагается в каждом конкретном эпизоде точка наблюдения. Характерно, что в русских переводах это чаще всего можно увидеть только из контекста.

Когда у некоторого слова в специфических выражениях нет стандартных аналогов в других языках, может создаться впечатление, что подобные значения непереводимы в принципе. Корпусная практика показывает, что способы передачи таких смыслов все-таки существуют, и позволяет эти варианты использовать при переводе.

## **В. Казимирская**

### **БЛОГ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Одной из форм реализации виртуального общения в сети Интернет является блог, т.е. личный online-дневник (сетевой дневник) с отдельными записями, расположенными, чаще всего, в обратном хронологическом порядке и открытыми для всеобщего обозрения. Основными композиционными признаками блога являются профиль автора (блоггера), содержащий информацию о его возрасте, поле, дате создания блога и т.п.; статьи или заметки; личные комментарии блоггера; комментарии, оставляемые читателями. Взаимный обмен комментариями с автором дневника создает иллюзию межличностной коммуникации, которая в действительности публичная, поскольку записи и комментарии к ним доступны широкой аудитории. Характерной чертой блога является динамичность, поскольку рост и усложнение структуры текста за счет включения новых записей и комментариев является единственно возможным способом его существования.

Единой классификации блогов не существует. Так, по авторству интернет-дневники делят на корпоративные, используемые как средство коммуникации для членов отдельного отдела или всей фирмы; коллективные, авторами которых является группа людей, связанных профессиональной деятельностью, интересами, местонахождением; авторские, в которых блоггеры делятся своими мыслями или собственным опытом.

По цели создания различают тематические, общетематические, имиджевые и бизнес-блоги. Тематические ресурсы посвящены только одной теме: музыке, политике, путешествиям и т.д. Тематическими являются и сплоги (сайт-блоги или спам-блоги), созданные для раскручивания других ресурсов или осуществления спам-рассылок. Полной противоположностью этого вида блогов являются общетематические дневники, содержащие тексты на разные темы и ориентированные на среднего пользователя. Имиджевые блоги ведут как отдельные люди, так и целые компании для поиска новых бизнес-партнеров, клиентов или раскрутки собственного бренда.

По содержанию выделяют текстовые блоги, видеоблоги (влоги), подкасты, фотоблоги. Самым распространенным видом является текстовый блог, основу которого составляют статьи, хотя его автор может использовать видео и фотоснимки. Подкасты создаются для широкого круга читателей и представляют собой блоги, посетители которых могут загружать постоянно обновляемые аудиофайлы. Сайты, на которых реализуются подкасты, похожи на ток-шоу. Видеоблогов в настоящее время много, поскольку видеоконтент удобен для восприятия, а записать видео не является сложной проблемой. Довольно часто успешные влоги на канале Youtube привлекают внимание компаний, которые могут продвигать свою продукцию или услуги, спонсируя прямую или скрытую рекламу. Фотоблоги также очень оригинальный и популярный вид блога, часто реализуемый в социальной сети Instagram, где главное не тексты, а фотоснимки и небольшие заголовки или комментарии, сопровождающие фото. Существуют и более редкие разновидности блогов – тлог и микроблог. На тлоге публикуют различные виды информации. Но для одной записи используется только один формат: видео, текст либо ссылки. Первым бесплатным сервисом тлогов является Tumblr. В микроблоге публикуют небольшие сообщения, ссылки или видео. Самым известным сервисом микроблогов признана социальная сеть Twitter.

Таким образом, как гипертекстовый документ и одновременно интерактивный инструмент речевого взаимодействия в форме полилога, блог обслуживает неофициальные публичные коммуникативные ситуации. При этом ситуация речевого взаимодействия автора и комментаторов блога имеет много общего с реальным разговором, который реализуется посредством письменного текста. В докладе приводятся фрагменты франкоязычных блогов разных типов, иллюстрирующих приведенные выше положения.

## **А. Кацубинская**

### **ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В АВТОМАТИЧЕСКОМ ПЕРЕВОДНОМ СЛОВАРЕ**

Электронный текст имеет нелинейную структуру, включает несколько параллельных слоев информации. С одной стороны, текст состоит из языковых элементов различного уровня (слова, фразы, предложения), с другой стороны, он состоит из структурных сегментов различных типов (заголовки,

сноски, ремарки, цитаты, таблицы, формулы). При анализе текстов учитывается как языковое, так и структурное членение текста. Многие структурные элементы текста имеют яркие языковые особенности, которые требуют специальной формы представления. Разметка – это расстановка в тексте документа специальных маркеров (тегов), которые эксплицируют «скрытые» элементы информации, присутствующие в тексте. Разметка широко используется в корпусах текстов, электронных словарях и т.д. Электронный словарь подразумевает определенный способ выборки словника, множество текстов, из которых делается эта выборка, дополнительную информацию, которая сопровождает каждое слово.

В настоящее время лексикография находится под сильным воздействием новых методов обработки информации. Структура словарной статьи в разных электронных словарях различна. Словарная статья содержит разнотипную лингвистическую информацию. Словари включают в свои словарные статьи следующие сведения: заглавное слово, его тематическую принадлежность, грамматическую информацию, неформализованные толкования или стандартизированные дефиниции, лексическую сочетаемость, семантические иерархические связи заглавного слова, стилистическую окрашенность, лингво-географические ограничения, контексты, различную служебную информацию.

В нашей работе материалом исследования служат англоязычные тексты по экономике, взятые с Интернет-сайта <http://marketwatch.com>. По всем анализируемым текстам были получены алфавитно-частотные словари с помощью программы DICT. Практическое теггирование полученных словарей по проанализированным англоязычным текстам осуществлялось на основе системы кодирования, разработанной на кафедре информатики и прикладной лингвистики. Так, например, согласно кодировочной таблице существительное *economy* кодируется следующим образом: *ECONOMY* – NO1S42; *GLOBAL* – AQPOOO21. Нами были закодированы все тексты из отобранного массива англоязычных текстов.

Для пополнения лингвистической информационной базы данных нами были использованы программы, которые позволяют накладывать закодированный словарь на текст. Для получения закодированного текста между словом и тегом был проставлен символ «\_» без пробела, каждое слово вводилось с новой строки. Тем самым, каждое словоупотребление текста получает соответствующую информацию о различных лингвистических признаках.

## **В. Керножицкая**

### **ПОДХОДЫ К АВТОМАТИЧЕСКОЙ НОРМАЛИЗАЦИИ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СООБЩЕНИЯХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

Участники сетевого общения зачастую используют формы выражения мыслей, далекие от традиционных лексических норм. Так, в текстах интернет-коммуникации встречаются аббревиатуры, отражающие, по сути,

реакцию пользователя (*LOL – laughing out loud*), сокращения (*abt – about*), намеренные орфографические ошибки, опечатки, повторяющиеся символы и заглавные буквы (*OOOO!*), нестандартное использование знаков пунктуации и пробелов, такие графические символы как эмодзи (смайлы) и эмодзи. С лингвистической точки зрения лексическая форма их представления далека от традиционной, принятой в конкретном языке, что делает практически невозможным их автоматический анализ до тех пор, пока они не будут нормализованы.

Рассмотрим подробнее основные подходы к автоматической нормализации лексических единиц на примере обработки сообщений англоговорящих пользователей социальной сети Twitter. Так, разработан метод нормализации твитов, совмещающий в себе как методы машинного обучения, так и правила. На начальном этапе происходит отбор всех некорректных слов с помощью модели машинного обучения, натренированной на их поиск по определенным атрибутам. Затем к каждому слову применяется одно из следующих правил нормализации: 1) расшифровка аббревиатур (при этом используется список самых частотных аббревиатур в сети Twitter и их расшифровок); 2) обработка причастий настоящего времени (пользователи часто пропускают в них букву *i* или *g*, например, употребляют *goin* вместо *going*. Данное правило направлено на устранение таких опечаток: сначала определяется часть речи, и если это причастие, то восстанавливается его нормальная форма); 3) обработка пропущенного апострофа (правило направлено на исправление ошибок в таких случаях, как *'m*, *'ll*, *'ve*, *'re*, *n't*, *'s*); 4) обработка повторяющихся символов (в данном случае происходит удаление избыточного количества повторяющихся символов). Группа исследователей представила еще один подход под названием *TENOR (TExt NORmalisation Approach)*. Процесс нормализации, предложенный ими, состоит из двух этапов – отбора слов, не соответствующих нормам, с помощью словаря и их дальнейшей замены на стандартную форму. Процесс замены включает в себя следующие действия: все нестандартные символы и пунктуация, за исключением смайлов, удаляются с помощью регулярных выражений, затем расшифровываются аббревиатуры, смайлы, сокращения и устраняются опечатки. Разработана еще одна система лексической нормализации, состоящая из двух блоков. В первом блоке происходит выделение потенциальных кандидатов для нормализации с использованием метода *CRF (Conditional Random Fields, разновидность метода марковских случайных полей)*, натренированного на корпусе из 2950 размеченных твитов, а во втором блоке – их последующая нормализация. Стратегия лексической нормализации твитов, предложенная еще одной группой разработчиков, включает в себя следующие шаги: 1) генерацию набора слов, являющихся потенциальными кандидатами на нормализацию; 2) определение всех возможных вариантов для нормализации каждого слова, отбор наиболее вероятного варианта путем сравнения с помощью алгоритмов, которые позволяют, например, в зависимости от контекста привести слово *mve* к слову *me* или к слову *move*; 3) приведение слов к их стандартной форме.

Таким образом, в общем плане процедура автоматической нормализации лексических единиц осуществляется в два этапа. На первом этапе происходит отбор не соответствующих лексическим нормам слов твита, а на втором этапе – их последующая нормализация либо на основе стандартных алгоритмов, либо методами машинного обучения.

**Е. Кореба**

## ЯЗЫКОВЫЕ МАРКЕРЫ ОТРАЖЕНИЯ РЕПУТАЦИИ ЛИЧНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТВИТАХ

Репутация личности – это устоявшееся общественное мнение о конкретном человеческом индивиде как субъекте отношений и сознательной деятельности, которое является результатом оценивания прошлого поведения индивида группой людей и используется с целью прогнозирования его дальнейшего поведения. В зависимости от основных характеристик конкретного индивида его репутация имеет определенную структуру. Так, структура репутации политического лидера включает в себя такие основные психо-семантические факторы, как предназначение власти (отношение лидера к своей стране и народу); сила личности (волевая регуляция поведения, решительность, принципиальность, трудолюбие и интеллект); нравственно-этическая позиция лидера (моральные и душевные качества и ценности политика). Дополнительными факторами являются выразительность самопрезентации, стиль руководства, коммуникативная установка, религиозность, тип мышления и мускулиность – феминность.

Материалом исследования послужили тексты 500 англоязычных твитов, в которых высказываются различные мнения о Президенте США Д. Трампе. Тексты твитов публиковались с января 2017 по апрель 2019 года. Особенностью отобранных твитов является то, что представленная в них информация носит, преимущественно, субъективный характер, т.е. содержит оценочную и эмоциональную составляющие. В ходе анализа отобранного массива твитов были выявлены языковые маркеры отражения репутации Д. Трампа. Прежде всего, к ним относятся оценочная и эмоционально-коннотативная лексика, например, *strong, appreciate, stupid, ignorant, racist: Trump's too stupid to understand policy. He's an impotent and ignorant president weakening our country.* В ходе анализа твитов было выяснено, что хэштеги также могут нести в себе определенную оценку и напрямую влиять на общую репутацию Президента США. Например, #MAGA (расшифровывается как *Вернем Америке былое величие*) используется сторонниками Д. Трампа, а большинство его противников употребляют #Resist или #Impeach: *Replying to @realDonaldTrump Look at all that American Patriot support!!!! It's all for you, President Trump, because you are doing the right thing, sir!!!! #MAGA; When you build an administration based on lies, corruption and incompetence, you end up with @realDonaldTrump #TrumpRussia #Resistance.* Анализ материала исследования показал, что авторы твитов применяют различные интенсифи-

каторы, т.е. лексические единицы, увеличивающие или уменьшающие вес оценочного слова, например, *increasingly, actually, literally*. Выявленные маркеры были ранжированы по следующей шкале: низкий, средний, высокий. Например, *Replying to @realDonaldTrump Trump is our National Emergency!! We need to keep an eye on him. He is becoming increasingly erratic and may take drastic actions in an attempt to distract America; Replying to @realDonaldTrump Actually, the world sees us as a weak country because of the weak president we have; Replying to @maddow Define embarrassing? Quite frankly I think literally everything Trump does is embarrassing*. Также в англоязычных твитах были выявлены слова, инвертирующие вес оценочного слова на противоположное значение (*no, none, never* и др.). Например, *Replying to @MaxBoot Trump was and continues to be a national security threat. He makes us less safe every day he remains in office*.

Выделенные вербальные маркеры отражения репутации Президента США Д. Трампа послужили основой для создания лингвистической части базы данных системы автоматического анализа репутации личности политического деятеля на основе мнений англоязычных пользователей социальной сети *Twitter*.

## **А. Кочерешко**

### **ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА «УГРОЗА»**

Внедрение в жизнь человека новейшей техники, телекоммуникаций, расширение контактов между людьми разных стран привели к значительному увеличению роли эмоций в жизни современных людей. Это отразилось и на тех языковых средствах, которыми выражаются эмоции.

Источником языкового материала послужили англоязычные и русскоязычные лексические единицы, выражающие концепт «угроза», из электронного словаря АБВУ Lingvo.

Способы выражения угрозы в русском и английском языках по своему набору и частоте употребления характеризуются сходством и единообразием. Интенция угрозы может быть выражена прямо: *Я тебе отомщу*, в косвенных речевых актах: *Ты за всё ответишь*, вербально и невербально.

В частности, могут быть нарушены интенциональность (шутливая угроза): *Ну, смотри у меня!*, обстоятельства осуществления речевого акта угрозы («дипломатическая угроза»): *Пока мы намерены решать все вопросы мирными средствами*.

В качестве средств выражения угрозы рассматриваются лексико-грамматические и контекстно-интонационные средства. Они всегда сочетаются в высказывании, но в каждом конкретном случае можно выделить основное средство, реализующее интенцию.

Исходя из названных средств выделяются следующие семантико-синтаксические модели речевых актов угрозы: агентивная, пациентивная, имплицитная модели и имплицитная угроза. Центральное положение в ком-

муникативно-семантической группе угрозы занимает агентивная модель. В агентивной модели выражена активность говорящего. Пациентивная конструкция только подразумевает активность, но не выражает ее. В числе пациентивных моделей менасивного содержания рассматриваются фразеологизированные выражения (*Ты ответишь*), ситуативные конструкции (*Ты останешься здесь; Well I say to them, they can go to he*), страдательные обороты (*Ты будешь наказан*) и разновидности односоставных предложений.

Сходство сопоставляемых языков в выражении угрозы состоит в том, что основные компоненты значения в полной мере находят выражение в обоих языках. В целом языковые средства выражения угрозы в сравниваемых языках характеризуются многообразием и системностью. Однако этот набор более широкий в русском языке по сравнению с английским.

Основные различия двух языков в выражении угрозы касаются набора средств, способных реализовать конкретное значение. Этот набор более широкий в русском языке по сравнению с английским.

## **А. Кравченко**

### **К ВОПРОСУ УСТРАНЕНИЯ ПРОБЛЕМ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА**

Машинный перевод без редактуры является хорошим и быстрым инструментом для составления общей картины о том, что исходный фрагмент на иностранном языке пытается до нас донести. Но с переводческой точки зрения финальный перевод, который выдает программа, чаще всего некорректен. Лучший совет – отказаться от полного машинного перевода в пользу автоматизированного и осуществлять постредактирование.

Постредактирование лучше всего осуществлять в окне перевода программы, так как любые предложения по улучшению перевода учитываются и прорабатываются разработчиками системы и даже заносятся в базу данных программы. Так происходит улучшение и обучение моделей перевода.

Во время постредактирования рекомендуется использование переводного словаря Reverso Context. Программа позволяет дать корректный перевод слов и выражений, осуществить глобальный поиск и использовать несколько полноразмерных словарей, предоставляет перевод и примеры употребления практически любой лексической единицы и выражения.

Имея дело с важными документами, следует считать перевод с помощью программного обеспечения предварительным вариантом, после чего в обязательном порядке осуществлять ручное корректирование текста. Для выявления типичных ошибок в машинном переводе (ошибки числа, падежа, времени, склонения, степеней сравнения прилагательных и наречий, постановки предлогов, имен собственных и т.д.) рекомендуется использовать программы контроля качества.

Сравнительный анализ первичного машинного и традиционного переводов двух разных по стилю фрагментов выявил, что основной задачей при переводе художественного произведения являлось сохранение задуманного

писателем эстетического эффекта и поиск адекватных средств передачи. Не менее важно донести скрытые смыслы, заложенные автором. Обе задачи не могут быть выполнены при машинном переводе. В ряде конкретных случаев это привело к наличию в тексте тавтологии и отсутствию таких основных стилистических элементов художественной литературы, как метафоры, эпитеты, аллитерации, эмоционально-экспрессивная лексика и фразеологизмы.

Основной задачей при переводе фрагмента текста деловой документации (на примере годового финансового отчета компании) являлось детальное предоставление отчетности, включая перечисление каждого совершенного предприятием действия. При машинном переводе наблюдалась потеря ключевых значений терминов или отсутствие перевода как такового, потеря ядерного значения в предложениях с большим количеством причастных и деепричастных оборотов.

Рекомендации по улучшению доли ошибок при машинном переводе сводятся к использованию различных дополнительных переводческих программ, а также «помощи» при обучении модели компьютерной программы перевода.

**Е. Ладнова**

## ТИПОЛОГИИ СТРАТЕГИЙ РЕКЛАМНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Под *стратегиями рекламного воздействия* понимаются приемы выбора, структурирования и подачи в рекламном сообщении информации о рекламируемом объекте, подчиненные целям коммуникативного воздействия, выгодного для продвижения этого объекта на рынке. *Типологии* стратегий рекламного воздействия очень разнообразны и зависят от положенных в их основу свойств и характеристик рекламного сообщения. Так, по воздействующему эффекту, которым обладает рекламное сообщение, различают рационалистические стратегии, в которых упор делается на реальные утилитарные свойства товара. Среди стратегий рационалистического типа наиболее известными является родовая стратегия, предполагающая прямолинейное утверждение о товаре или о выгодах от его использования без какого-либо явного или скрытого сравнения с конкурентами. Например, *Сок «Добрый»*. *Только сок и ничего лишнего*. Необходимо отметить стратегию преимущества, в основе которой лежит утверждение превосходства товара по сравнению с конкурентами, но это превосходство не носит принципиального характера, оно лишь дополняет утверждение родового характера о товаре. Это может быть улучшенное качество, более калорийный состав продукта, более удобная упаковка, меньшая цена, более длительный срок хранения или гарантии, расширенный ассортимент услуг и т.д. Например, *Galaxy S9/S9+ Камера, делающая невозможное*. Сюда же можно отнести стратегию уникального торгового предложения, согласно которой рекламное сообщение должно отвечать трем основным требованиям: 1) каждое рекламное

обращение должно сделать потребителю какое-то предложение (например, о покупке именно этого товара и получения выгоды); 2) предложение должно быть уникальным (подчеркивать уникальность товара); 3) предложение должно быть настолько сильным, чтобы привлечь внимание новых потребителей. Например, *Уникальная акция! Закажи ремонт под ключ и получи пылесос Irobot в подарок!* Стратегия позиционирования товара применяется для определения места данной торговой марки в ряду других марок определенной товарной категории. Например, *Ariel. Лучшее удаление пятен с 1-й стирки.*

Основу эмоциональных стратегий составляют психологически значимые и часто воображаемые свойства: музыка, рекламные образы, стилистическое решение, оформление и т.д., что оказывает огромное воздействие на эмоции потребителей. Среди стратегий эмоционального типа выделяют, прежде всего, стратегию имиджа марки. При использовании данной стратегии реклама символически закрепляет за той или иной торговой маркой определенный стиль поведения, манеру держать себя, одеваться, тип интерьера и т.д. Например, *Old Spice. Для сильных духом мужчин.* Нельзя не отметить и стратегию «резонанса», когда автор рекламного сообщения стремится изменить систему ценностей потребителя, наделяя товар психологически значимым для покупателя смыслом. Например, *Toyota. Управляй мечтой.* Наконец, необходимо отметить аффективную стратегию. Применяя данную стратегию, рекламодатель старается использовать неожиданные повороты рекламного сюжета, игру слов, юмор. Таким образом, переживая приятные чувства, связанные с рекламой, потребитель переносит свое эмоциональное состояние на рекламируемый товар. Например, подушки *ИКЕА. В семье есть на кого лечь.*

В докладе подробно рассматриваются позиционирующие и оптимизирующие стратегии, фонетически-ориентированные, семантически-ориентированные и смешанные стратегии рекламного воздействия, а также стратегии, основанные на использовании преимущественно эксплицитных или имплицитных коммуникативных средств. В заключении делается вывод о том, что наиболее эффективным рекламное сообщение становится в том случае, если рекламодатель комбинирует несколько видов стратегий рекламного воздействия.

#### **Д. Ладята**

### **СТАТИСТИЧЕСКИЙ МЕТОД ВЫДЕЛЕНИЯ ОПОРНЫХ СЛОВ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ**

Такая работа необходима для следующего выделения и перевода терминологических словосочетаний с одного языка на другой. Для проведения такой работы отбирались англоязычные тексты по вычислительной технике. По каждому такому тексту с помощью компьютерной программы

создавались алфавитно-частотные словари. Для последующего выделения из такого словаря опорных слов будущих терминологических словосочетаний с каждым словом полученного частотного словаря делались следующие преобразования:

1. Удалялись служебные и общеупотребительные словоформы. Эти словоформы часто называют «запрещенными» словами. Например, из словарей были исключены артикли (в английских словарях), предлоги, союзы, частицы, вспомогательные глаголы, числительные, общеупотребительные словоформы и имена собственные.

2. Суммирование частоты употребления всех грамматических форм одного и того же слова. Например, слово *image* встретилось в формах единственного и множественного числа:

*IMAGES* 7 6 6:1 15:1 17:1 18:1 20:1 22:2

*IMAGE* 1 1 20:1

После объединения грамматических форм в словаре остается одна словоформа *image* с общей частотой употребления (F)  $8(F=7+1=8)$  и общим количеством абзацев (n) 7 с учетом их повторяемости.

Также были удалены словоформы, которые употреблены только в одном абзаце, поскольку они относятся к содержанию только этого абзаца, а не всего текста.

Третий этап заключался в непосредственном выделении списков главных опорных слов текста. Для этого для каждого слова выделялся коэффициент семантической значимости слова (KB), который вычисляется по формуле:

$$KB = \frac{F \cdot m}{L \cdot n},$$

где F – частота слова в тексте с учетом проведенных преобразований; m – число абзацев, в которых употреблено слово; L – общее количество слов в тексте; n – общее количество абзацев в тексте.

Для последующего отбора опорных слов будущих терминологических словосочетаний полученные слова текста сравнивались со списком опорных слов по вычислительной технике.

## **В. Лускин**

### **РАСПОЗНАВАНИЕ ТЕКСТА С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ**

Одной из важных задач нашего времени является сохранение информации.

Наиболее простым способом ввода информации с бумажного носителя в память компьютера является сканирование документа. Результатом сканирования является графический файл, который затем преобразуют в текстовую форму. Процесс такого преобразования называют процессом распознавания. Существует несколько основных методов распознавания текста:

- 1) сравнение с заранее подготовленными шаблонами;
- 2) распознавание с использованием критериев распознаваемого объекта;

3) распознавание при помощи самообучающихся алгоритмов, в том числе нейронных сетей.

В настоящее время большую популярность набирает метод распознавания текстов с помощью нейронных сетей. Важным является то, что нейронная сеть – это обучаемая система. Она действует не только в соответствии с заданным алгоритмом и формулами, но и на основании прошлого опыта. Нейронная сеть – это математическая модель, чей принцип работы схож с биологическими нейронными сетями – сетями нервных клеток живого организма.

Как правило, нейронные сети состоят из нескольких слоев, элементы которых называют нейронами. Каждый нейрон представляет собой процессор, выполняющий обработку поступившей информации. Выделяют входные нейроны, выходные, и скрытые.

На вход системы распознавания поступает растровое изображение документа. Производится сегментация текста на структурные единицы: строки, слова и отдельные символы. Сегментация на строки и слова осуществляется на основе расстояний между темными областями в изображении.

Невозможно добиться высоких результатов без предварительного обучения нейронной сети. Для ее обучения создаются специальные выборки объемом в десятки тысяч случаев. Нейронная сеть получает на вход обучающую подборку и правильные ответы. Стоит отметить, что нельзя гарантировать безошибочное распознавание символов в силу различного их начертания в зависимости от шрифтов, а также возможных дефектов начального изображения. Тем не менее, процент правильно распознанных символов зачастую находится в районе 97–98 % для обучающей подборки.

Традиционные алгоритмы распознавания иногда не способны корректно распознать текст. Например, при низком качестве графического файла в процессе распознавании текста, написанного на французском языке, часто возникают ошибки, связанные с наличием во французском языке диакритических знаков. Части таких знаков могут быть восприняты системой распознавания как дефект изображения. Благодаря своим способностям к обучению наиболее эффективным является использование нейронных сетей для распознавания символов со сложным написанием, будь то диакритические знаки, иероглифическое письмо, или рукописный текст.

## **М. Марковская**

### **ЯЗЫКОВЫЕ НОВАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM**

Коммуникация в социальных сетях, будучи относительно новым явлением, является недостаточно исследованной с лингвистической точки зрения. Во-первых, это связано с тем, что интернет-коммуникация представляет собой крайне динамичную сферу функционирования языка. Во-вторых, под влиянием глобализации язык стал особенно восприимчивым к изменениям

в социальной жизни общества, в связи с чем интернет-коммуникация оказалась неиссякаемым источником заимствования и формирования новых языковых единиц.

На сегодняшний день особой популярностью пользуются многофункциональные социальные сети, в которых нашли свое отображение различные виды коммуникации. Одной из таких социальных сетей является Instagram, языковая составляющая которой представлена *микроблогами*, *комментариями* к постам, текстами, сопровождающими фотоконтент, *мгновенными сообщениями* (в «директе»), историями (англ. *stories*). Все языковые новации, зародившиеся или получившие распространение в Instagram, в целом возникают как проявления веблектов или социолектов. В рамках данной речевой практики актуальны заимствования в целом, единицы региолектов, криптолектов и т.д. К веблектам, в частности, можно отнести языковые единицы, обусловленные особенностям интерфейса и платформы в целом (например, *директ*, *сториз*, *инста*, *свайп* и т.д.).

Заимствования-неологизмы (варваризмы), преимущественно англоязычные, как правило, образуются посредством транслитерации или транскрипции иностранных слов (например, *челлендж*, *экспириенс*, *фидбэк*, *краш*, *шиппер*, *топ* и т.д.). Особое внимание необходимо уделить следующей деривационной модели, характерной для образования глаголов (возвратных и невозвратных): приставка «за» + основа заимствованного слова + *ить* (-ся) – примеры: *заинстить*, *зафудхантить*, *загастр�фестить*, *зачекиниться*, *запостить*, *затэгить*.

На материале аккаунта *коко\_by* были зафиксированы, в том числе, «авторские неологизмы», или *окказионализмы*, для образования которых, как правило, используется часть названия аккаунта (пр.: *кокобаи*, *эффект кокобая*, *кокобот*), заимствования-неологизмы (пр.: *фудхантер*, *зафудхантить*, *шекели* – в значении ‘виртуальной денежной единицы’). Также были зафиксированы примеры «криптолектизмов»: например, *барсук в гнезде*.

В условиях глобализации язык стал особенно восприимчивым к изменениям в социальной жизни общества, в результате чего появляются новые языковые единицы, которые – не зависимо от того станут они в последствии узуализмами или нет – представляют особую ценность для проведения лингвистического и культурологического анализа речи.

## Е. Нестерук

### ЯЗЫКОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УБЕЖДАЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Политика – один из важных элементов функционирования современного общества, который призван обеспечивать устойчивость социальных процессов, регулируя взаимоотношения людей в социуме. Одной из отличительных черт политической коммуникации является широкое использование языковых технологий убеждения. Несомненно, важнейшим средством воздействия на сознание является язык. Именно при помощи языковых технологий убеж-

дения осуществляется непосредственное речевое влияние на реципиента, целью которого становится навязывание адресату определенного образа мыслей либо побуждение его к каким-либо действиям, а также корректировка индивидуальной картины мира, оказание влияние на чувства аудитории, завоевание авторитета или укрепление имиджа. Для осуществления данных стратегий говорящий выбирает конкретные тактики, которые реализуются при помощи определенных средств всех уровней языка (лексического, морфологического, синтаксического).

Материалом для исследования послужили тексты предвыборных выступлений Дональда Трампа и Хиллари Клинтон.

На морфологическом уровне наиболее частотным средством является использование личных местоимений, что связано с выбором категории лица. Использование определенной категории лица свидетельствует о стремлении адресанта сблизиться со значимой для него аудиторией. В актуализации тактики самопрезентации участвует местоимение 1-го л. ед. ч., использование которого в роли подлежащего говорит о демонстрации говорящим более высокого социального статуса. Основным средством реализации тактики кооперации выступает наиболее частотное употребление местоимения 1-го л. мн. ч., которое позволяет говорящему достичь психологического сближения со значимой для него аудиторией. Самым редким является местоимение 2-го л. мн. ч., которое выступает средством реализации тактики акцентирования, что является доказательством нежелания адресанта противопоставлять себя аудитории. Средством тактик сопоставительного анализа и дистанцирования является местоимение 3-го л. мн. ч., которое в посланиях выполняет, в первую очередь, анафорическую функцию.

Кроме того, употребление глагольных времен в посланиях является одним из основных средств моделирования в сознании слушающего программы «от прошлого через настоящее к будущему» и, как следствие, особой языковой картины мира со своим членением времени. Преимущественное употребление говорящим форм настоящего времени свидетельствует о его стремлении подчеркнуть важность событий, происходящих здесь и сейчас.

**Т. Огиевич**

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ (SEO)

В настоящее время все большую актуальность в среде Интернет-маркетинга приобретает проблематика поисковой оптимизации (англ. *SEO – Search Engine Optimization*). Наиболее актуальной спецификой *SEO* в настоящее время признается лингвистическая. Основная задача лингвистики в контексте *SEO* – разработка методик работы с семантическим полем сайта. Составление семантического поля для веб-продукта – трудоемкий и времязатратный процесс. Современная компьютерная лингвистика постоянно работает над его совершенствованием.

Одним из путей подобного развития является *кластеризация* – автоматический поиск и выявление семантически схожих групп файлов среди заранее определенного числа файлов. Кластеризация позволяет максимально широко охватить семантический аспект поиска (шире, чем это возможно при поверхностной интерпретации), что в итоге облегчает систематизацию концептуально важных для *SEO кластеров* и определение подходящих под конкретно требуемую семантику *лендинг-страниц*. Это позволяет существенно снизить потери при невостребованности страницы ввиду неверно подготовленного списка ключевых слов, а также уменьшить время, необходимое на обработку ее семантического поля.

Еще одним лингвистически актуальным аспектом является *коллокация*. *Коллокация* – это словосочетание, состоящее из двух или более слов, имеющих признаки синтаксически и семантически целостной единицы, в котором выбор одного из компонентов осуществляется по смыслу, а выбор второго зависит от выбора первого. Есть мнение, что человек мыслит коллокациями, соответственно, они же задействуются в составлении поисковых запросов. Например, при составлении семантического поля сайта коллокацией может оказаться как сочетание «мягкий диван», так и сочетание «мягкий климат», при этом семантика соответствующей синтаксемы – в зависимости от выбора главного слова коллокации – будет меняться и, соответственно, разные коллокации будут использоваться в различных маркетинговых ситуациях.

Востребованным является использование *n-грамм*. *N-грамма* – типичное и частотное сочетание двух (*биграмма*) или нескольких (*триграмма* и т.д.) языковых единиц. На *n-грамму*, как на своего рода ключ, отреагирует поисковая система, приведя пользователя на *лендинг-страницу*. Несмотря на полезность *n-грамм* в повышении эффективности *SEO*, не следует перегружать ими текстовую часть сайта. В этом случае пользователь вряд ли откликнется на предложение, так как сознание человека «настроено» на восприятие связного текста, а не бессмысленного набора слов.

Таким образом, поисковая оптимизация – сфера междисциплинарного взаимодействия: в ней задействованы компьютерная лингвистика, психолингвистика, семантика. И подобный научно-практический подход позволяет повысить эффективность *SEO*.

## **В. Прудникова**

### **ВЛИЯНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ПЕРЕВОД НАИМЕНОВАНИЙ ФИЛЬМОВ С ФРАНЦУЗСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

В настоящее время кинематограф стремительно развивается и успех фильмов на рынке во многом зависит от заголовков, так как заголовок зачастую служит своеобразным ориентиром при выборе фильма. В ходе изучения факторов, влияющих на перевод наименований фильмов с фран-

цузского на русский язык, были выявлены лингвокультурологические факторы, которые влияют на перевод медийного дискурса, в том числе на наименование кинофильмов. Одним из таких факторов является *учёт культурной специфики* при переводе заголовков кинофильмов. Так как теория лингвистической относительности гласит, что язык влияет на формирование мышления, вследствие чего носители разных языков по-разному интерпретируют мир, особенности перевода наименований кинофильмов определяются тем языком, носителем которого является переводчик. Нужно сказать, что каждая лингвокультура уникальна, это значит, что при пересечении русской и французской лингвокультур возможны совпадения, но они не совпадут в полной мере ни при каких условиях. Очевидно, что наименования фильмов обладают культурной информацией. И поэтому при изучении особенностей перевода наименований кинофильмов важным является их рассмотрение в лингвокультурологическом аспекте.

В ходе исследования были выявлены следующие закономерности при переводе заголовков с французского на русский язык: в некоторых случаях переводятся только имена и фамилии главных героев: *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain* – фр. ‘Сказочная судьба Амели Пулен’ (*Амели*). Переводчик решил, что необычного французского имени будет достаточно для привлечения внимания зрителей. В ряде других французских кинолент с названием-именем обнаруживаются дополнительные текстовые вкрапления: *Saint Laurent* – фр. ‘Сен-Лоран’ – (*Сен-Лоран. Стиль – это я*). Здесь перевод отражает желание переводчика придать больше информативности заголовку.

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что зачастую играют роль лингвистические предпочтения самого переводчика. При этом названия с французскими именами являются более «загадочными», так как они непривычны для русскоязычной аудитории. Встречаются: комментарии к оригинальному французскому названию – для большей информативности; полная трансформация названий для лучшей передачи замысла автора; нехарактерные для русскоязычной аудитории названия, включающие, например цифры; заголовки, состоящие из целого предложения и т.д. Эти приемы обуславливают более высокую степень восприятия зрителей, вызывая дополнительные рода ассоциации. Все эти факторы помогают привлечь внимание к тому или иному фильму.

## **В. Селезнева**

### **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «БЕЖЕНЕЦ»: КОРПУСНАЯ СПЕЦИФИКА**

В связи с возникшей политической ситуацией в мире слово *беженец* стало часто используемым. Вопрос миграции, затронувший всю Европу, продолжает быть актуальным и сегодня. Вот уже несколько лет количество мигрантов непрерывно возрастает и, соответственно, не остается незамеченным как в политической, так в социальной жизни стран ЕС. В центре событий оказалась Германия, которая является основной принимающей страной

Евросоюза. В данной связи важно, как концепт «беженец» (*Flüchtling*) представлен в немецком лингвистическом корпусе. Словарь Ожегова дает следующее определение: «человек, оставивший место своего жительства вследствие какого-нибудь бедствия».

Для исследования речевой специфики актуальна информация, в частности «Мангеймского корпуса немецкого языка» (*COSMAS corpora* или *DeReKo*), содержащего 44,5 млрд словоупотреблений и крупнейшую коллекцию немецких текстов. Для поиска был использован подкорпус письменной речи с общим количеством 1 370 766 704 словоупотреблений. Так, первое упоминание лексемы *Flüchtlinge* зафиксировано в 1787 г. в произведении Гете «Страдания юного Вертера»:

*Leute von einigem Stande werden sich immer in kalter Entfernung vom gemeinen Volke halten, als glaubten sie durch Annäherung zu verlieren; und dann gibt's **Flüchtlinge** und üble Spaßvögel, die sich herabzulassen scheinen, um ihren übermut dem armen Volke desto empfindlicher zu machen.*

При этом для поиска были заданы следующие словоформы беженец: *Flüchtling, Flüchtlinge, Flüchtlings, Flüchtlingen*.

На запрос *Flüchtling* было найдено 44 784 словоупотребления; наибольшее число словоупотреблений (8 295) приходится на 2016 г. На запрос *Flüchtlinge* обнаружено 526 373 словоупотребления, – наибольшее число словоупотреблений (124 114) приходится на 2015 г. На запрос *Flüchtlings* обнаружено 8 782 словоупотребления, наибольшее число словоупотреблений (1 348) приходится на 2016 г. На запрос *Flüchtlingen* – обнаружено 151 058 словоупотреблений; наибольшее число словоупотреблений (35 559) приходится на 2016 г.

В ходе работы с корпусом было зафиксировано 730 997 словоупотреблений концепта «беженец» (*Flüchtling*), что подтверждает актуальность обсуждаемой темы в немецкой речи. Наибольшая частотность словоупотреблений приходится на период 2015–2016 гг. Эта тенденция очевидным образом подтверждает концептуальную актуальность «европейского миграционного кризиса». Таким образом, события, происходящие в стране, отражаются не только на социальной и политической сфере, но и влияют на языковую картину мира немецкого народа.

## **А. Скворцова**

### **ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ БАЗЫ ДАННЫХ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ**

Одной из самых востребованных задач в области автоматической обработки больших текстовых массивов является задача извлечения из них разного рода информации. Хорошим источником для ее решения являются тексты отзывов, содержащие авторские мнения (оценки) о некотором объекте

действительности. С целью обмена информацией между пользователями подобные тексты можно найти на различных площадках сети Интернет. Для извлечения мнений пользователей Сети используются два основных подхода. Первый подход называется инженерным, поскольку основан на заранее созданных словарях и правилах извлечения объектов. Второй подход использует методы машинного обучения.

В докладе рассматриваются принципы формирования базы данных системы автоматического анализа общественного мнения об организации на основе инженерного подхода. Материалом исследования послужили более 500 текстов англоязычных отзывов о предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса Республики Беларусь, взятых со специализированных сайтов отзывов <http://www.tripadvisor.com> и <http://www.booking.com>. Особенностью отобранных текстов является то, что представленная в них информация носит, преимущественно, субъективный характер, т.е. содержит оценочную и эмоциональную составляющие. Основываясь на личном опыте, пользователи отмечают как положительные, так и отрицательные стороны заданного объекта (*hotel* или *restaurant*), выражая к нему свое личное отношение.

В ходе анализа отобранных текстов для объекта *restaurant* были выделены такие аспекты (характеристики объекта) как *common*, *cuisine*, *interior*, *service*, *price*, а также аспектные термины (характеристики аспекта), например, *atmosphere*, *conditions*, *food*, *bar*, *Wi-fi* и др. Определенные аспекты и аспектные термины были выявлены и для объекта *hotel*. Включение аспектов и аспектных терминов в лингвистическую базу данных помогает исключить те лексические единицы, которые не влияют на оценку объекта. Кроме того, был составлен словарь оценочной лексики, являющийся словарем словоформ и состоящий из двух частей: перечня положительных оценочных слов и перечня отрицательных оценочных слов. Каждая лексическая единица наделена определенным семантическим весом от +3 до -3. Выделение и классификация оценочной лексики проводились с опорой на словари и знание английского языка. Исследование массива текстов отзывов англоязычных пользователей о предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса Беларуси показало, что их авторы применяют различные интенсификаторы, т.е. лексические единицы, увеличивающие или уменьшающие вес оценочного слова, например, *very*, *highly*, *extremely*, *too*, *badly*. Выявленные интенсификаторы были ранжированы по следующей шкале: высокая, средняя и низкая степень усиления/уменьшения веса оценочного слова. Были также определены слова-инверторы, меняющие направление оценочного веса слова на противоположное. К ним относятся местоимения, предлоги и частицы, например, *delicious* (+2) – *less delicious* (-2), *special* (+1) – *nothing special* (-1), *bad* (-1) – *not bad* (+1), *regret* (-1) – *without regret* (+1). К графическим способам усиления/уменьшения оценки были отнесены прописные (заглавные) буквы, восклицательный знак, смайл в виде открывающей или закрывающей круглой скобки (имитирующий улыбку либо огорчение автора).

Выявленные в полном объеме языковые и невербальные маркеры сформировали лингвистическое обеспечение системы автоматического анализа общественного мнения об организации.

### **Е. Сосновская**

## **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ АВТОМАТИЧЕСКОГО АНГЛО-РУССКОГО ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

Машинный перевод является одним из самых перспективных и прогрессирующих направлений в области прикладной лингвистики. В мировой практике создания систем автоматического перевода (АП) уже осознана необходимость включения в них экстралингвистических знаний, что вплотную сближает проблемы машинного перевода с проблематикой систем искусственного интеллекта. Многие задачи автоматической обработки текста, в том числе АП, могут частично решаться с использованием статистических данных, но очень важно совмещать статистический анализ с контекстным и чисто лингвистическим. Например, при выборе слова из ряда синонимов, система может обратиться к частотному словарю, чтобы определить, какое сочетание слов встречается чаще в данной тематике.

Для выявления степени эффективности и качества отдельных систем машинного перевода был проведен эксперимент по переводу англоязычного научно-технического текста (текст инструкции) на русский язык. Для тестирования были выбраны наиболее популярные системы машинного перевода Promt и Google Translate.

Как известно, англо-русское и русско-английское направления разработаны довольно тщательно, но несмотря на это возникают проблемы с правильностью перевода. Полученные обеими системами переводы нельзя считать удовлетворительными, так как в каждом из текстов допущены отдельные ошибки, которые искажают смысл высказываний. Системы не совсем верно перевели слова, значение которых можно установить из научной тематики текста: *splitting* 'разделение', *Nuclear fission* 'ядерное разваливание'. Во многих предложениях обе системы неверно осуществили синтаксический анализ и синтез, не согласовали некоторые слова, что противоречит всем правилам синтаксиса: *As a result of fission, other reaction products may also arise* 'В результате расщепления могут также возникнуть другие продукты реакция'.

Таким образом проанализировав переводы, мы убедились, что в англо-русском направлении научно-технического перевода основными проблемами, влияющими на смысл полученного перевода, является выбор правильного перевода многозначных слов и правильный синтаксический синтез.

В заключении следует отметить, что совершенствование систем машинного перевода происходит довольно активно, внедряются дополнительные блоки и модули, задается ориентация на прагматический и экстралингвисти-

ческий аспекты перевода. Более того, системы машинного перевода постепенно входят в многофункциональные приложения, системы искусственного интеллекта.

## Е. Терновская

### СРАВНЕНИЕ И СРЕДСТВА ЕГО ВЫРАЖЕНИЯ В ПИСЬМЕННОМ ТЕКСТЕ

Обобщенные способы создания образа и приемы, основанные на определенных психологических закономерностях, были открыты еще древними греками и с тех пор успешно используются как в письменной, так и в устной форме речи в виде различных стилистических средств – тропов и фигур. Одной из разновидностей тропов является сравнение, т.е. сопоставление одного предмета с другим с целью художественного описания первого. Со сравнением схожи такие тропы, как метафора и метонимия. Однако метафора образует только иносказательный смысл высказываний, а также скорее объединяет два предмета, в отличие от сравнения, например, *America is a melting pot*. Метонимия в свою очередь подразумевает полное замещение сравниваемого объекта, например, *The kettle is boiling*.

В структуре сравнения различают три составные части: что сравнивается (субъект сравнения); с чем сравнивается (объект сравнения) и основание сравнения. Субъект и объект составляют основу образа сравнения, а само сравнение трактуется как вербальная конструкция, компоненты которой позволяют воплотить образ языковыми средствами. Например, *You have gone white as a sheet*. В этом примере приводится образное описание внешнего вида персонажа, передающее состояние испуга: цвет лица (субъект) сравнивается с белым цветом бумаги (объект). Формальным показателем сравнения является маркер *as*. В английском языке сравнение также получает формальное выражение при употреблении таких слов, как *as*, *such as*, *as if*, *like*, *seem* и т. д. Ученые отмечают, что изобразительные возможности сравнений находятся в прямой зависимости от их структурного своеобразия. По структуре все сравнения можно разделить на несколько типов: сравнительные обороты, например, *Last night, I slept like a log*; сравнительные придаточные предложения, например, *He smiled as if he had made one of the strangest discoveries*; сравнения, образованные с помощью прилагательных, например, *Sunsets are most beautiful here*; сравнения, образованные с помощью пословиц и поговорок, например, *She's like a forbidden fruit for me, as she's married*; развернутые сравнения, раскрывающие различные стороны одного и того же предмета. Развернутое сравнение представляет собой своеобразную антитезу и состоит обычно из двух самостоятельных, а иногда и очень больших предложений, которые как бы противопоставляются друг другу. Например, *They treated him considerately, as though the brief periods he spent with her were the last days the doomed man would ever enjoy on earth*.

По своей форме сравнения могут быть прямыми, отрицательными и неопределенными. Наиболее распространенным из вышеприведенных типов сравнения в английском языке является первый тип. При прямом сравнении изображаемые явления сопоставляются с какими-либо другими, похожими на них. При этом сопоставления даются в прямой утвердительной форме. Например, *Unrecognized for what they are, their beauty, like music too often relaxes, then weakens, then perverts the simpler human perception*. Отрицательное сравнение содержит в себе отрицание, например, *His eyes were no warmer than an iceberg*. Неопределенное сравнение лишено одной из составляющих, что не позволяет понять, с кем или с чем происходит сравнение. Например, *This is more or less right approach*.

Таким образом, сравнение может быть отнесено к первичным видам тропа, так как при перенесении значения с одного явления на другое сами эти явления не образуют нового понятия, а сохраняются как самостоятельные.

## А. Тетерукова

### ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Анализ публицистических текстов в настоящее время ведется разнопланово. Это касается философских, политических, экономических и многих других вопросов. Материалом для данного исследования послужили англоязычные публицистические тексты юридической тематики.

Англоязычная юридическая терминология представляет особенный интерес, поскольку на ее формирование влияли различные факторы: психологические установки, нравственные критерии, религиозные убеждения и т.д. Большое количество терминов, входящих в современную англоязычную юридическую терминологию заимствовано из латыни и французского. Существует большое количество производных от латинских терминов: *demonstrative* 'доказывающий', *testify* 'свидетельствовать' и т.д. Среди французских заимствований можно назвать: *crime* 'преступление', *damage* 'убытки', *larceny* 'кража', *misdemeanor* 'преступление небольшой тяжести' и другие.

Проблемы, возникающие при изучении англоязычных публицистических текстов юридической терминологии, состоят не только в том, что англоязычная юридическая терминология формировалась в течение веков и многие ее элементы уже устарели, но и в том, что содержание термина может варьироваться в зависимости от правовой системы, в которой он употребляется. Англоязычная юридическая терминология обслуживает правовые системы Англии, США, Канады и некоторых других стран. Даже в США каждый штат имеет собственную правовую систему, включая собственные законы, судебную систему и адвокатуру. Поэтому для профессионального общения необходимо использование единой терминологической системы.

К особенностям англоязычного публицистического текста юридической тематики относится, прежде всего, большая насыщенность юридической лексикой, основную часть которой составляют юридические термины. В таких текстах много фразеологических сочетаний, не употребляемых или редко употребляемых в общелитературном языке. Англоязычные публицистические тексты юридической тематики характеризует строго регламентированное употребление глагольных форм и оборотов речи специальной терминологии, наличие сокращений, большинство из которых используются только в текстах юридической тематики: *ALJ* – *Administrative Law Judge* ‘судья административного суда’, *USJC* – *United States Judicial Code* ‘кодекс законов США о судоустройстве’, *CtApp* – *Court of Appeal* ‘апелляционный суд’ и т.д.

Характерной чертой англоязычного публицистического текста юридической тематики является его направленность на профессионалов, с одной стороны, и направленность на обслуживание интересов простых граждан, с другой стороны.

## **К. Тикавая**

### **СТРУКТУРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СЛОГАНА В МЕДИЙНОЙ И СПОРТИВНОЙ СФЕРЕ**

В широком смысле под *слоганом* понимается доведенная до лингвистического совершенства запоминающаяся мысль. В узком смысле, например, в рекламной коммуникации слоган представляет собой рекламную фразу, в сжатом виде излагающую основное рекламное предложение и входящую во все сообщения рекламной кампании. В рекламных кампаниях, посвященных крупным спортивным и медиа событиям, слоганы заключают в себе посыл, философию как организаторов, в том числе и спонсоров мероприятий, так и его участников. Слоганы спортивных и медийных событий являются слоганами тактического плана: они приурочены к какой-либо временной промоакции, спонсорской активности, событию или какому-то временному информационному поводу. Такие слоганы называются приуроченными.

Материалом исследования послужили 30 слоганов взрослого и детского Международного конкурса популярной песни «Евровидение» и 16 лозунгов зимних и летних Олимпийских игр, а также Европейских игр. Анализ структурной организации приуроченных слоганов проводился в несколько этапов. На первом этапе удалось определить специфику их построения с точки зрения коммуникативной цели высказывания. Так, в общем массиве медийных слоганов преобладают побудительные конструкции (60%), например, *Light up!* (детский конкурс 2019 г. в Беларуси); *Feel Your Heart Beat!* (взрослый конкурс 2011 г. в Германии). Данные структуры характеризуются наличием глагола в повелительном наклонении и использованием восклицательного знака для усиления эффекта побуждения и подчеркивания конца высказывания, завершающегося на высокой ноте, что может быть

обусловлено природой конкурса. Стоит также отметить, что побудительные слоганы преобладают в слоганах, приуроченных к детскому конкурсу, нежели в слоганах конкурса для взрослых. Дети и подростки, которые воспринимают жизнь здесь и сейчас, готовы действовать незамедлительно и воспринимать вещи в буквальном смысле, не приписывая им пространственных значений. Утвердительные конструкции менее частотны (40 %). Они позволяют выразить основную идею организаторов конкурса путем использования, как правило, именных структур. Например, *Confluence Of Sound* (конкурс 2008 г. в Сербии), *For The Joy Of People* (детский конкурс 2009 г. в Украине). Такие слоганы отличаются наличием собирательных существительных, выражающих отношение к определенным общечеловеческим ценностям, или относительных и качественных прилагательных, погружающих в определенную создаваемую как самим мероприятием, так и слоганом атмосферу.

Слоганы, приуроченные к Олимпийским играм, во многом отражают идеи Олимпийской Хартии о мире во всем мире и спорте во имя высших ценностей. Структурная организация таких слоганов позволяет обратиться к разуму и эмоциям человека, делает акцент не на призыв к сиюминутному действию, а заставляет задуматься, остановиться и переосмыслить ценности, которыми живет человечество. Структура этих фраз формирует обращение к глубинным чувствам, прежде всего, через утвердительные конструкции, например, *From the heart – Together with Love* (зимние ОИ 1994 г. в Лиллехаммере); *Bright year, bright you!* (II ЕИ 2019 г. в Минске). 75 % рассматриваемых слоганов относятся к этому коммуникативному типу, что обусловлено продолжительностью как рекламной кампании, так и идей, которые она стремится донести. Побудительные конструкции слоганов в спортивной сфере менее частотны (25 %), например, *Share the Spirit Dare to Dream* (летние ОИ 2000 г. в Сиднее).

Таким образом, уже на структурном уровне приуроченные слоганы медийной и спортивной сферы имеют существенные отличия.

**М. Филимонова**

#### ГОЛОСОВОЙ ПОМОЩНИК *АЛИСА* КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Смартфон – это устройство, которое неспроста содержит в себе английское слово *smart*, что означает ‘умный’. В ходе развития технологий разработчики задались целью создать программу-ассистента, которая станет помощником в организации работы устройства. Первые шаги к созданию хорошо известных сегодня приложений начались в далекие 50 годы прошлого века. Это были первые системы распознавания речи, задачей которых было распознавание цифр устного высказывания. Позже такого рода системы стали распознавать слова английского языка, правда, изначально лишь 16. И сегодня возможности современных голосовых помощников стали намного сложнее: это, например, возможность поддержания диалога посред-

ствам искусственного интеллекта, имитация спонтанной речи. Таким образом, голосовой помощник из ограниченного в возможностях ресурса превратился в многозадачный сервис на основе искусственного интеллекта.

На данный момент на базе разных платформ существует множество голосовых помощников. Из общей массы можно выделить такие программы как Siri, Алиса, Google Assistant и проч. Первый выпуск голосового помощника Siri состоялся 9 августа 2011 г. Google Assistant впервые был представлен в 2016 г. *Алиса*, в свою очередь, была представлена русскими разработчиками лишь в 2017 г. На данный момент все три вышеупомянутых голосовых помощника мы можем встретить в компьютерно-опосредованном дискурсе.

Рассмотрим *Алису* как наиболее «свежую» из упомянутых голосовых помощников. В аспекте диалогового компонента *Алиса* способна как осуществлять перехват инициативы, так и играть пассивную роль в диалоге «пользователь-компьютер». Например, вопрос «ты кто?» предполагает около 10 вариантов ответа. Это свидетельствует об определенном разнообразии, заложенном в логику алгоритма программного обеспечения. Такие же разнообразие и вариативность наблюдаются при реализации иных стратегий разработчиков данного голосового помощника. Так, *Алиса* включает целый блок игр, например, *Угадай песню*, *Угадай актера*, *Давай поговорим с мудрым учителем*, *Давай сыграем в города*, *Числовые фокусы* и *Крокодил*.

Подводя итог, хочется отметить большой перечень возможностей *Алисы*. В частности, портал *Алисы* предлагает многофункциональный интерфейс и проработанный развлекательный блок. Однако здесь есть и неиспользованный потенциал, например, *Алиса* недостаточно функциональна в плане связи с другими приложениями. Кроме того, краткие ответы на вопросы фактического характера *Алиса* дает довольно быстро, курсы валют и установка будильника для нее также не проблема, а вот возможность отмены будильника, например, отсутствует. Разумеется, каждый сам выбирает, какого голосового помощника использовать и использовать ли его вообще, но возможности *Алисы* в организации речевого взаимодействия могут быть признаны полезными.

## **В. Ходорко**

### **ДОМЕСТИКАЦИЯ В ПЕРЕВОДЕ НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ В ГОНКОНГЕ И НА ТАЙВАНЕ**

Иноязычные фильмы все чаще выходят на китайский рынок и становятся одним из важных средств межкультурного общения. Продавая иностранные фильмы для потребления китайским сообществом, кинопрокатчики предпочитают переводить названия иностранных фильмов на китайский язык. Говоря о переводе названий фильмов с английского на китайский язык, нужно помнить, что на материковом Китае, Тайване и Гонконге названия кинофильмов чаще всего имеют разный перевод. Это связано с тем, что на

материковом Китае используется упрощенный китайский, когда в Гонконге и на Тайване – традиционный китайский язык. Мы рассмотрим принцип доместикации, принятый при переводе названий кинофильмов в Гонконге и на Тайване.

Если принять к сведению концепцию Лоуренса Венути (американского переводчика, крупнейшего историка и теоретика перевода), практика перевода названий фильмов в Гонконге и на Тайване является хорошей иллюстрацией «доместикации», когда названия фильмов переводятся на китайский язык для местной аудитории путем встраивания местных культурных элементов или разговорных выражений. Следует отметить, что основными характеристиками «доместицированного» текста следует считать такие характеристики, как *легкость восприятия*, *прозрачность* – когда в тексте отражается языковая личность и намерения автора, создается впечатление, что мы читаем оригинал, а не перевод.

Стратегия доместикации – реализованная как адаптированный перевод – дает возможность кинопрокатчикам использовать названия, которые будут приемлемы для местной культуры. «Доместицированный» заголовок даёт подсказку о том, на что похож фильм с точки зрения культурной специфики региона. Такая информация – пусть и неполная – поможет зрителю решить, смотреть фильм или нет. Существует несколько способов адаптации названий: 1) переписывание; 2) упоминание актеров переднего плана; 3) интертекстуальность; 4) коллоквиализм; 5) вульгаризация и др.

Таким образом, доместикация кинозаголовков – это альтернативный способ предоставления информации публике, говорящей только на китайском языке. Доместикация является отражением местной культуры китайских общин. Маловероятно, что местные кинопрокатчики откажутся от этих методов в будущем, так как они гарантируют узнаваемость и привлекательность кинофильма. Кроме того, с использованием Интернета и спутникового телевидения расширение культурного обмена между тремя китайскими общинами будет расти. Употребление некоторых «кантонских выражений» Гонконга уже пользуется популярностью в некоторых частях материкового Китая и Тайваня. Возможно, наступит время, когда перевод названий иностранных фильмов будет синхронизирован в китайских общинах.

## Ц. Цзюй

### ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЕ КАК УНИВЕРСАЛИЯ В АСПЕКТЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ

В цветовой гамме культурной и языковой (или лингвокультурной) картины мира, созданной (и непрерывно создаваемой) носителями языка, цветообозначения играют важную роль. Цветовая палитра, рассматриваемая как в пределах одного языка, так и в сопоставительном плане – одна из самых востребованных тем современных лингвистических исследований. Это обусловлено существенной креолизацией современной речи.

Цветообозначения в русском и китайском языках являются транслятором культурной информации, культурной традиции. Языковые и культурные системы в огромной степени отличаются друг от друга, но существуют семантические и лексические универсалии, указывающие на общий понятийный базис, на котором основывается большинство языков.

Так, в русском языке имеется 123 слова-цветообозначения, в китайском языке – 115 слов-цветообозначений. Характерно, что и в русском, и в китайском языках основными традиционно считается 6 цветов: белый, черный, красный, желтый, зеленый и синий цвета.

Например, в китайском и русском языке красный цвет присущ крови, ягодам земляники, цветам мака и т.д. Это подтверждается как словарной практикой, так и речевым функционированием.

Так, иероглифов, обозначающих красный цвет в китайском языке несколько (6–7): 红, 丹 и др. Они встречаются в разных сочетаниях: 红牡丹 (HONGMUDAN) – ‘название сорта красных пионов’; 丹青 (DANQING) – ‘изображение, нарисованное красной или черной минеральной краской (вид китайской живописи)’. Например: 用钢笔勾画出丹青、图案或者写生画。 – ‘Используйте ручку, чтобы выполнить рисунок или эскиз красным или черным цветом’.

В системе цветообозначений в китайском языке, также как и в русском языке, часто используется метафорический перенос значимости, что диктуется спецификой репрезентации внешнего вида и формы объектов окружающей действительности. Чаще других при этом задействуется цветовая гамма растений, минералов, веществ и продуктов. Так, основное значение иероглифа 朱 (ZHU) – ‘кирпичный, цвета обожженной глины, красного кирпича’. В контексте в переносном значении это выглядит следующим образом, например: 朱谕 (ZHUYU) – ‘красный указ, указ императора’. Подобным образом: 红嫩肉 (HONGMENROU) – ‘тушеное мясо в соевом соусе’.

Таким образом, слова-цветообозначения в русском и китайском языках являются транслятором культурной информации, культурной традиции. Языковые и культурные системы упомянутых языков в значительной степени отличаются друг от друга, но существуют семантические и лексические универсалии, указывающие на общий понятийный базис, на котором основывается человеческий язык. Одной из таких универсалий, несомненно, является цветообозначение.

**Д. Шарипова**

## ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК ОДНА ИЗ ОСНОВНЫХ ФУНКЦИЙ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

Воздействуя на потребителя как прямо, так и косвенно, реклама оказывает многоплановое влияние на его мнения, оценки и поведение. Одним из важнейших способов рекламного воздействия является убеждение, направленное на рациональную сферу сознания человека, реализуемое с помощью

аргументации и требующее критического осмысления предъявленных аргументов. Рациональная аргументация основывается на соответствии качеств товара потребностям покупателя, апеллирует к логике потребителя и объясняет причины, по которым ему следует купить предмет рекламы. Сюда можно отнести указание на преимущества товара, например, *Technology close to you*; на выгоду от приобретения предмета рекламы, например, *\$20 off all our Nokia phones when you buy \$20 airtime*; демонстрацию ситуации «до» и «после» использования товара, например, *Now blemish-free skin doesn't have to mean dry skin*; иллюстрирование результата использования, например, *After only one shower you'll have radiant skin*; инструкцию по применению, например, *Log on to www....com and our entire selection of merchandise is at your fingertips*. При использовании эмоциональной аргументации акцент делается на удовлетворении, получаемом потребителем от покупки товара. Рекламное сообщение превращается в инструмент создания атмосферы богатства, роскоши, одним из атрибутов которых является рекламируемый товар, например, *Expose your glamorous side. Your stunning, luminous, brunette goddess side*. К эмоциональной аргументации относятся аргументы желательности и исключительности, например, *Less ordinary; Scenter of the universe; Beautiful morning are within your reach*; ссылки на авторитетное мнение, например, *developed with leading dermatologists...*; наглядная демонстрация товара; ароматизация рекламной страницы. Следующим способом рекламного воздействия является внушение, которое предполагает не критическое восприятие и усвоение поступающей от рекламодателя информации. Эффективность внушения зачастую зависит от особенностей целевой аудитории. Например, люди старшего возраста обладают большим жизненным опытом, поэтому они менее внушаемы, нежели молодежь. Существует два вида внушения – престижная и первичная внушаемость. Престижная внушаемость осуществляется с помощью авторитетного источника информации (известной личности), например, *The more feminine a woman is, the stronger she is (Gabrielle Chanel)*. Первичная внушаемость основывается на принадлежности потребителей к определенным группам, к которым они себя относят или хотят отнести. Например, *Now for delicious snacks that are diabetic-friendly, Take your Choice; Make your business mobile – with our IP solutions for the convergence of voice and data in corporate networks; It's Luna, the whole nutrition bar for women*. Еще одним видом рекламного воздействия является побуждение. С помощью побуждения рекламодатель стремится заставить потребителя немедленно отреагировать на рекламное сообщение и приобрести предмет рекламы. Чаще всего побуждение является заключительным этапом процесса воздействия на потребителя и выражается в форме слогана, девиза, например, *Make someone happy*.

Таким образом, убеждение, внушение и побуждение необходимы для достижения основной цели рекламного дискурса в зависимости от специфики предмета рекламы и конкретной целевой аудитории.

**Я. Шинкевич**

## КОНТЕКСТНЫЙ МЕТОД РАЗРЕШЕНИЯ МНОГОЗНАЧНОСТИ ПРИ АВТОМАТИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКЕ ТЕКСТА

Процессы речевого общения, являющегося важнейшим видом совместной деятельности людей, в ходе которой говорящие преследуют какую-то цель: передачи информации, воздействия на своего собеседника, управления его поведением и т.д., подчиняются определенным правилам и регулируются целым рядом факторов. Среди них особое место занимает стремление к достижению взаимопонимания и сотрудничества.

В нашем практическом использовании языка мы все хорошо понимаем, что такое значение слова. Благодаря нашему знанию значений слов мы правильно употребляем их в речи. Однако слово может обладать несколькими значениями. Как известно, полисемия, или многозначность слова – это наличие у слова нескольких взаимосвязанных значений, характеризуемых общностью одного и более семантических компонентов. Лексическая многозначность обеспечивает, с одной стороны, экономность и обозримость языкового кода, а с другой стороны, его гибкость и способность обслуживать все коммуникативные потребности в обозначении многообразия познанного человеком мира.

Материалом для данного исследования послужили тексты и отдельные предложения из сети Интернет. Для анализа было отобрано пять значений многозначного слова *звезда*: 1) небесное тело, 2) знаменитость, 3) вид геометрических фигур, 4) класс беспозвоночных, 5) элемент знаков воинских званий. В ходе дальнейшего анализа употребления каждого значения были взяты по 20 предложений для каждого значения. Далее были выделены семантические поля для каждого значения и разработаны правила определения значения анализируемого многозначного слова для создания алгоритма его автоматической идентификации. Для всех значений анализируемого слова были разработаны диагностирующие признаки, влияющие на автоматическую идентификацию значения многозначного слова. Нами была разработана программа автоматической идентификации многозначного слова.

**Т. Шубич**

## ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Употребление фразеологических оборотов в газетных заголовках на немецком языке имеет свои особенности. Так, здесь фразеологические единицы способствуют не только раскрытию сущности факта описываемого в статье, но и помогают более образно и наглядно представить весь текст

газетной статьи. Они выполняют эмоционально-экспрессивную функцию и привлекают внимание читателя. Ядро фразеологии составляют идиомы, которые имеют единую и неделимую значимость:

*EU nimmt den Tod von Flüchtlingen vorsätzlich in Kauf* (ЕС примиряется со смертью беженцев).

*Mit Worten Brücken schlagen* (При помощи слов наводятся мосты.)

Однако не для всех фразеологизмов, входящих в состав газетных заголовков, можно найти эквивалент в русском языке. В этом случае имеем дело с семантической трансформацией. Данный стилистический прием переосмысления фразеологизмов подразумевает использование их одновременно в двух значениях – буквальном и фигуральном.

В первом примере фразеологизм употребляется в словарном значении ‘примириться с чем-либо’ и подразумевает принятие факта. Во втором случае у немецкого фразеологизма есть русский эквивалент ‘наводить мосты’, что подразумевает находить компромиссы, устанавливать контакты.

Приведенные примеры являются идиомами с различной степенью мотивированности. Первый пример является фразеологическим сочетанием. Здесь целостный смысл фразеологизма складывается из значения компонентов и фразеологический оборот семантически разложим. Второй же пример является фразеологическим единством, смысл которого не является суммой значений составляющих компонентов, но в той или иной степени мотивируется значениями образующих его слов.

Результаты исследования подтверждают тот факт, что тенденция употребления фразеологизмов в газетном стиле обоснована их коммуникативно-прагматическими функциями и способностью сделать статью более понятной для читателя.

## **А. Ясюкевич**

### **ПОДХОДЫ К ПОРОЖДЕНИЮ РЕЧИ КОМПЬЮТЕРОМ**

Б. М. Лобанов и Л. И. Цирульник открывают свой фундаментальный труд «Компьютерный синтез и клонирование речи» цитатой из книги академика РАН В. В. Иванова «Лингвистика третьего тысячелетия. Вопросы к будущему»: «Мы впервые в истории вида начинаем широко пользоваться техническими говорящими орудиями – иначе говоря, не только изготавливать орудия (чем человек отличается от животных), но и обучать их нашему языку (чем мы начинаем отличаться от всех ранее живших людей)». Эти слова отлично характеризуют направленность разработок в области искусственного синтеза речи, который все более активно внедряется во все сферы жизнедеятельности человека.

Искусственный синтез речи начинает все шире применяться при разработке систем помощи незрячим. Такие системы могут быть использованы в работе телефонных служб. На синтезе речи основаны программы, направ-

ленные на обучение правописанию либо произношению, приложения для работы над ошибками; интерактивные модули, в том числе для работы с учащимися, страдающими дислексией. Мультимедиа – сфера применения наиболее инновационных разработок в сфере синтеза речи.

В наши дни выделяют следующие виды синтеза: параметрический (речевой сигнал представляется набором небольшого числа непрерывно изменяющихся параметров), компиляционный (составление сообщения из предварительно записанного словаря исходных элементов синтеза), полный синтез речи по правилам (обеспечивает управление всеми параметрами речевого сигнала и, таким образом, может генерировать речь по заранее неизвестному тексту; параметры, полученные при анализе речевого сигнала, сохраняются в памяти так же, как и правила соединения звуков в слова и фразы), а также предметно-ориентированный (компилирует слова, записанные заранее, и фразы для создания полных речевых сообщений).

Синтез речи активно применяется в электронных словарях, программах автоматизированного перевода, программах управления электронной очередью, системах оповещения в аэропортах, на вокзалах, программах навигации для водителей, летчиков, машинистов. Очевидны перспективы внедрения синтеза речи в сферу разработки компьютерных игр и приложений. Управление системами искусственного порождения речи требует также создания высоко-развитых языков программирования, которые некоторые англоязычные исследователи называют «speech synthesis markup language», что даст мощный стимул развитию информационных технологий в целом и компьютерной лингвистике в частности.

Исследования в области синтеза речи позволяют не только снабдить человека знаниями, необходимыми для преобразования и автоматизации многих сфер жизнедеятельности человека, но и смогут дать мощный толчок развитию других областей науки, ведь на пути к разработке новых систем синтеза речи мы сумеем более глубоко понять природу ее порождения самим человеком, что существенно обогатит наши познания в области нейрофизиологии, психологии, нейролингвистики, биологии.

## ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

Н. Богданчик

### ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОГО ОФОРМЛЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ОТЗЫВА ТУРИСТА

Туристический дискурс является одним из наиболее подвижных и динамично развивающихся типов институционального дискурса. С развитием глобальной сети и появлением виртуального дискурса с его специфическими характеристиками стало возможным говорить об образовании такого комплексного явления, как туристический интернет-дискурс, который представлен различными речевыми жанрами (сайты отелей и турагентств, туристическая интернет-реклама, рассказы путешественников в блогах, живых журналах, форумы о путешествиях). Для выявления особенностей языкового оформления интернет-отзывов туристов нами были проанализированы 100 отзывов туристов на английском языке, опубликованных на сайте On the go tours.

На лексическом уровне выявлены следующие особенности жанра интернет-отзыва туриста. 1. Наличие эмотивной лексики (эмоциональной, оценочной): «*many thanks for the great trip!*» / «*Everything was perfect and can't recommend it enough! Thank you!*» / «*Big thanks for our guide...*» / «*Thanks again!*». 2. Наличие метафор: «*...This country is a Shangri-la!*» / «*...The oldest Moroccan city is found object!*» / «*...there is a sun-drenched beach in Morocco*» / «*...There you will feel the breath of history.*» / «*...In Morocco, a special atmosphere, like in a fairy tale.*». 3. Наличие эпитетов: «*...I have had a fantastic time in Morocco!*» / «*...Jamal is a fantastic guide, knowledgeable and passionate about his country and able to answer all our questions.*» / «*...The tour was awesome!*» / «*... Our guide Brahim was brilliant. Also our driver Mohamed was fantastic too!*» / «*...It was superb!!!*» / «*... I had such a good time and I'll definitely be using on the go for my next tour – maybe Jordan!*».

На морфологическом уровне выявлены следующие особенности жанра интернет-отзыва туриста. 1. Использование глаголов в повелительном наклонении: «*...During the tour in Fez be careful in van. Mind you the van had only 12 seats.*» / «*... during the tour of Fez through the Medina do not take a lot of money there.*» / «*... At eviction from hotel check bill carefully*». 2. Использование прилагательных в степенях сравнения: «*...It was the best vacation of my life!*» / «*...we had the best possible trip.*» / «*...Mohammed was a good guide.*» / «*...But this excursion was more interesting than the other.*»

Следует отметить, что интернет-отзывы в большинстве случаев написаны в разговорном стиле. Интернет-отзывы туристов включают в себя как эмотивную лексику, так сниженную лексику, что обусловлено отно-

сительной свободой самовыражения в рамках разговорного стиля, характерного для коммуникации в интернет-дискурсе. Наличие лексики высокого стиля связано с заимствованиями клише из рекламно-туристического дискурса. Таким образом, изучение интернет-отзывов туристов делают возможным дальнейший сравнительный анализ национально-культурной специфики ценностей туристов, относящихся к различным лингвокультурам.

**Д. Гапоненко**

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИДИОМАТИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ СО СЛОВАМИ-ФИТОНИМАМИ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Английская фитонимическая фразеология, отражающая особенности культуры народа, ценности, традиции, национальный менталитет, представляет собой языковые знаки национальной культуры.

Выявление национально-культурной специфики английских и русских фразеологических единиц со словами-фитонимами представляет важную исследовательскую задачу. Для ее решения методом сплошной выборки из словарей английского и русского языков (А. В. Кунин «Англо-русский фразеологический словарь»; J. Simpson «The Concise Oxford Dictionary of Proverbs»; The free dictionary by Farlex [Electronic resource]; В. К. Мюллер «Большой современный англо-русский русско-английский словарь») были выявлены 144 фразеологические единицы с ключевыми компонентами-фитонимами: названия плодов (18), злаков (5), овощей (7), кустарников (1), деревьев (2), цветов (4), травянистых растений (6), частей растений (6). Наиболее частотными оказались такие компоненты-фитонимы, как *apple* 'яблоко', *rose* 'роза', *daisy* 'маргаритка', *banana* 'банан', *tree* 'дерево', *thorn* 'шип, колючка', *bean* 'боб, фасоль', *corn* 'зерно, зерновые хлеба', *grass* 'трава'.

В результате анализа фразеологизмов с данными фитонимами были выявлены национально-культурные особенности ключевых компонентов и установлена их роль в формировании смысла фразеологической единицы. Так, в европейских странах, в том числе и в Англии, символ *розы* имеет множество значений. Этот цветок является символом совершенства, радости, красоты, гордости, блаженства, любви и тайны. В Риме *роза* считалась символом молчания, сохранения тайны. Что касается исторической характеристики, то роза на гербе появилась в ходе династической борьбы за трон представителей дома Йорков (белая роза) и Ланкастеров (красная роза), вошедшей в историю как «Война Алой и Белой розы». Во фразеологизмах с компонентом *rose* 'роза' метафорический перенос мотивирован положительным оценочным компонентом в семантической структуре фитонима, обусловленным объективными признаками – 'красота', 'приятный запах растения'. Выделяются следующие семы во фразеологизмах с ключевым

компонентом *роза*: ‘внешняя привлекательность’, ‘благополучие’, ‘молчание’, ‘неприятное качество человека’, ‘нелегкая ситуация’, ‘эмоциональное состояние’, ‘здоровье’: *come up roses* ‘сложиться розами’ (русское соответствие – *очень удачно сложиться*), *gather life’s (или the) roses* ‘собирать розы жизни’ (русское соответствие – *срывать цветы удовольствия*).

Сема ‘здоровье’, *have roses in one’s cheeks* ‘иметь розы в чьих-либо щеках’ (русское соответствие – *иметь румянец во всю щеку*; *bring back the roses to one’s cheeks* ‘вернуть розы ее щекам’ (русское соответствие – *вернуть румянец чьим-либо щекам*); *lose one’s roses* ‘потерять чьи-либо розы’ (русское соответствие – *поблекнуть, увянуть, зачахнуть*).

Сема ‘неприятное качество человека’ – *(there is) no rose without a thorn* ‘нет розы без шипов’ (русское соответствие – *нет розы без шипов, что-либо внешне привлекательное, часто имеет не видимые сразу, неприятные свойства*); сема ‘эмоциональное состояние’ – *blush like a rose* ‘вспыхнуть как роза’ (русское соответствие – *зардеться как маков цвет*).

Сема ‘молчание’ – *under the rose* ‘под розой’ (русское соответствие – *по секрету, втихомолку, тайком, потихоньку*).

Таким образом, исследование фразеологических единиц позволяет выявить сходства и различия в характеристике и состояниях человека и окружающего мира на основании анализа национально-культурных особенностей слов-фитонимов как ключевых компонентов исследуемых фразеологических единиц.

**Д. Грибанова, Д. Климова**

## ОБРАЗ ОТЦА В РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦАХ И ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ

Целью данной статьи является сравнение представлений русских и англичан о ключевой семейной роли – роли отца, отраженных в пословицах и фразеологизмах двух народов.

Изучение русскоязычных паремиологических и фразеологических лексикографических данных показало, что отец в первую очередь рассматривается как главный кормилец (*Кормил до усов, корми и до бороды*). Отец передает свои черты ребенку, в частности, сыну (*Отец рыбак – и дети в воду смотрят; Каково дерево, таков и клин, каков батька, таков и сын; Быть/удаться/уродиться в отца*). В противовес этому следует заметить, что дети не всегда повторяют отца (*Отец – спец, а детки – неучи; И от доброго отца рождается бешена овца*). Пословицы *Отцовским умом жить деткам, а отцовскими деньгами не жить, Отец сына не на худо учит* свидетельствуют, что отец выполняет функцию главного советчика и воспитателя в семье. Отец – человек строгий, но его строгость не исключает любовь

к детям (*Бог до людей, а отец до детей*). Следует подчеркнуть, что в русской культуре функция воспитания преобладает над рождением (*Не тот отец, который вспоил-вскормил, а тот, который уму-разуму научил*). Отметим, что через русскоязычные пословицы прослеживается особое отношение к тому, что достается от отца (*От батюшки ошметочки – и то почти за подарочек*).

Как и в русскоязычном материале, в английских пословицах и фразеологизмах ребенок, главным образом сын, наследует черты отца (*Like father, like son*). Многие сыновья похожи на своих отцов не только внешне, но и по характеру. О некоторых сыновьях говорят, что они не что иное, как *a chip of the old block* – маленький кусочек того же дерева. Наследуемые характеристики не всегда бывают положительными (*The father is a saint, the son is a devil; Many a good father has but a bad son*). Отец – носитель знаний, опытный, уважаемый человек (*Don't rush into hell before your father; Father figure; Father confessor*). Отец может осмысляться как человек немодный, несовременный (*Not your father's*). Безусловно, отец – это защитник (*His hat covers his family*).

Таким образом, анализ пословиц и фразеологизмов выявил такие общие в обоих языках и обеих культурах характеристики отца, как «защитник», «глава семьи», «наставник» и «советчик», «его уважают», «он передает свои черты детям, чаще сыну», что обусловлено тем фактом, что отец играет важную роль в семье в любой культуре. Есть и различия: в русскоязычном материале мы выявили следующие смысловые позиции, которых нет в англоязычном материале – «преимущество функции воспитания над рождением», «особое отношение к тому, что достается от отца». В отличие от русского языка, в английском языке отец может восприниматься как человек немодный, несовременный.

## И. Григорьева

### АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ИНКЛЮЗИВНОСТИ

Предпосылкой нашего исследования явилось решение Федерального Конституционного суда Германии от 10 октября 2017 г. о том, что третий пол, а именно интерсексуальный, должен быть закреплён в книгах записи актов гражданского состояния, в связи с чем в 2018 г. правительство Германии приняло закон «О внесении изменений в реестр рождаемости». Это важный шаг не только в признании прав сексуальности отличной от бинарной системы, но и в принятии небинарного гендера социумом. Институтам немецкого языка предстоит найти лингвистические средства для отражения явления третьего гендера. К тому же, актуальна проблема не только в поиске средств, но и в их наиболее оптимальном выражении.

В данной работе были проанализированы сходства и различия следующих понятий: лингвистическая инклюзивность, гендер, пол, интерсексуальность, третий гендер; рассмотрены существующие, официально не

признанные в немецком языке нейтральные средства отражения третьего гендера и их возможные русские эквиваленты. Таким образом, в настоящее время для обозначения третьего гендера используются: 1) нейтральные окончания: *-x, -iks, -lon, -i, -an, -j, -el, -il*, вставные диакритические знаки (\*, \_ , : и другие); 2) неопределенно-личные местоимения *gän, mensch, eins* – конструкции ‘говорят, что’, ‘видно, что’, ‘каждый может/должен/желает’ и другие в зависимости от контекста; 3) конвенцию Сильвена: *din StudentNin*; 4) личные местоимения *es, as, en* – указательное ‘это’ или личное ‘оно’; 5) личные местоимения *er\_sie, sier, sir, xier, xie/xieren*, шведское местоимение *hen, iks, x, vii* – личные местоимения ‘он\_a’, ‘он/a/o’, ‘oHa’, ‘oNa’ (где N – показатель нейтральности); 6) личное местоимение *er* + форма женского рода – личное местоимение ‘он’ + форма женского рода; 7) личные местоимения *ind, per* – ‘инд’, ‘чел’ или ‘лич’; 8) личное местоимение *they* и относительное *who* из английского языка – личное ‘они’ или указательное ‘те’, относительное ‘кто’; 9) имя собственное вместо личного, притяжательного и других местоимений; 10) различные номинации: *mein\_e beste\_r Freund\_in* или *Arzthelfer (m/w/d)* – ‘фельдшер (м/ж/д)’; 11) обращения: *sehr geehrte Menschen* – ‘многоуважаемые люди’, *hallo Leute* – ‘привет, народ’, *lieb\* Alex Bach* – ‘дорог\* Алекс Бах’.

В ходе исследования было выявлено, что не все формы возможно адекватно перевести на русский язык или адаптировать к нему, что в свою очередь определяет проблемное поле для дальнейшего изучения.

В заключение следует отметить, что динамические процессы в языке зачастую непредсказуемы. Указанные выше немецкие и русские варианты местоимений могут изменять коннотативные признаки или полностью их утрачивать. Кроме того, следует учитывать возможность активизации процесса заимствования из других языков, которые изначально содержат необходимые языковые средства для обозначения формы нейтрального рода.

**Д. Данилюк**

## АНТИЧНАЯ МИФОЛОГИЯ В РУССКОЯЗЫЧНОМ И АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЭТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Выявление случаев использования мифологических единиц в поэтических текстах, попытка определения причин их использования в поэтическом тексте представляет исследовательский интерес.

При проведении анализа поэтических текстов русского поэта В. Я. Брюсова «К Деметре» (1904 г.) и английского поэта У. Б. Йейтса «Триумф Женщины» («Her Triumph», 1926 г.) были выявлены указывающие на связь с античностью единицы, проанализированы их смыслообразующие возможности.

В стихотворении «К Деметре» автор обращается к одному из самых почитаемых олимпийских божеств, древнегреческой богине плодородия и земледелия *Деметре*. К ней взывают, чтобы зёрна вышли полновесными

и удалась пахота, что находит отражение и в данном произведении. Более того, автор углубляется в содержание мифа о Деметре и ее дочери Персефоне: он просит мать «низойти в свой мир» и «воззвать уснувших». Как известно, Деметра спускается в царство Аида для того, чтобы забрать дочь, и две трети года они проводят вместе – тогда мать перестает горевать, а на земле урожай. Этот мотив и лежит в основе просьбы В. Я. Брюсова к богине.

В «Триумфе женщины» У. Б. Йейтс описывает от лица женщины красивую историю любви и спасения; отнюдь не случайно в конце появляется обращение: *Saint George, or else a pagan Perseus* ‘Святой Георгий, или язычник Персей’. Стихотворение базируется как на мифе о спасении *Персеем Андромеды* от дракона, так и на «Чуде Георгия о змие» – описанном в житии святого великомученика Георгия Победоносца спасении им царевны от змея.

В основе двух произведений лежит некоторый переломный момент («К Деметре» – засуха, «Триумф женщины» – заточение); причина обращения авторов к мифологическим героям заключается в том, что они выступают в роли прецедентных единиц, которые обладают смысловой глубиной и входят в когнитивную базу лингвокультурного сообщества. Прецедентные единицы вызывают ассоциации, образы в памяти, которые, как правило, хорошо известны всем представителям данного социума и вызывают определенные эмоции.

Несмотря на различное происхождение поэтов и разнонаправленность содержания исследованных произведений, В. Я. Брюсов и У. Б. Йейтс обращаются к самым истокам культуры. Употребляя в своих поэтических произведениях имена героев мифов, они побуждают нас воспринимать мифологические имена как символы, как нечто нам известное на подсознательном уровне, хранящееся в глубинах памяти. В перспективе исследования – более подробное изучение античной мифологии и прецедентных единиц, случаи и причины их употребления в текстах разных народов и культур.

**Ю. Долмат**

## СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ИМЕН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ПОНЯТИЕ «СВОБОДА»

Система прилагательных имеет изобразительно-выразительные возможности. Важна их информативная функция, используемая для конкретизации объема понятия, выражаемого существительными. От имен прилагательных зависит эмоционально экспрессивная окраска речи, так как они чаще всего выступают в роли определений.

В толковом словаре русского языка выделяется 9 лексико-семантических вариантов (ЛСВ), обозначающих слово «свобода». В толковом словаре английского языка – 5 ЛСВ. В русском языке первое значение слова

«свобода» ‘способность человека действовать в соответствии со своими интересами и целями, опираясь на познание объективной необходимости’, эквивалентно первому ЛСВ в английском языке: *the power of right to act, speak, think as one wants; a state of not being unrestricted* – ‘иметь право действовать, говорить то, что человек хочет; не быть ограниченным в чем-либо’. ЛСВ 4 в русском языке ‘состояние того, кто не находится в заключении, в неволе’ эквивалентен второму лексико-семантическому варианту в английском языке *the state of not being imprisoned* – ‘состояние того, кто не подвергается воздействию чего-либо’.

В ходе исследования было выявлено 70 русских имен прилагательных, сочетающихся со словом «свобода», включая индивидуально-авторские употребления прилагательных, определяющих данное (*бодрая, весёлая, новорожденная, просвещённая, убогая*), а также определения бытового и терминологического характера: *академическая, буржуазная, демократическая, крестьянская, народная, политическая, социалистическая, экономическая*.

Кроме того, было выявлено 28 английских имен прилагательных, сочетающихся со словом «свобода». Из 28 прилагательных 13 соотносятся с русскими именами прилагательными, выявленными в ходе исследования: *absolute, total, full, perfect, academic, internal, intellectual, personal, social, political, creative, economic, real*; 15 прилагательных из 28 сочетаются с понятием «свобода», но не имеют эквивалента среди выявленных русских прилагательных: *maximum, complete, considerable, great, comparative, relative, basic, fundamental, individual, new-found, artistic, press, religious, sexual, human*. Некоторые исследуемые русские имена прилагательные переводятся на английский язык одним словом: *абсолютная, безусловная* соответствуют английскому прилагательному *absolute*. Английское прилагательное *boundless* имеет два варианта в русском языке: *безбрежная, безграничная*. *Настоящая, действительная свобода* переводятся на английский язык одним прилагательным – *real*.

В ходе анализа 70 русских имен прилагательных, определяющих «свободу», выявлены семы, на основании которых систематизируются исследуемые лексические единицы: сема ‘*продолжительность во времени*’: *вечная, временная, мимолетная, призрачная*; сема ‘*отсутствие ограничений*’: *абсолютная, безбрежная, безграничная, безусловная, бесконтрольная, исключительная, полная, совершенная, неограниченная, полноценная*; сема ‘*желанный, оберегаемый*’: *дорогая, драгоценная, желанная, заветная, золотая, любимая, неприкосновенная, нерушимая*; сема ‘*настоящий*’: *действительная, истинная, настоящая, подлинная*. При соотнесении исследуемых русских имен прилагательных с английскими установлено, что лишь 13 из них сочетаются со словом свобода.

## ВЛИЯНИЕ ИСЛАМА НА РАЗВИТИЕ АРАБСКОГО ЯЗЫКА

В историко-генетическом плане арабский язык входит в состав одной из групп семитской ветви семито-хамитской языковой семьи. Путем сравнительно-исторического изучения языков данной семьи удастся реконструировать ряд древних форм и представить довольно отчетливо прасемитское языковое состояние. Ученые утверждают, что арабский язык появился путем слияния диалектов различных народов, обитавших в центральных и северных районах Аравийского полуострова в начале нашей эры. Происхождение арабского письма берет свое начало от алфавита, созданного финикийцами, которые проживали на побережье нынешнего Ливана, Палестины и Сирии. Финикийское письмо развивалось по нескольким направлениям: одно из них – греческий, а позднее современный латинский алфавит. Другое направление получило свое отражение в арамейском алфавите, который разделился на современный еврейский алфавит и набатейское письмо. От набатейского письма произошло несколько письменных систем, в том числе традиционное арабское письмо. Оно имеет консонантно-буквенный характер, строки записываются справа налево. Одну из первых попыток составить арабскую грамматику предпринял Абу-ль-Асвад ад-Дуали.

Благодаря влиянию ислама арабский алфавит стал одной из самых распространенных систем письма в мире, которую можно встретить в регионах Африки, Западной и Центральной Азии, а также у этнических общин в Восточной Азии, в Европе и Америке. Ислам — самая молодая и вторая по численности приверженцев мировая монотеистическая авраамическая религия. Ислам возник в начале VII в. в Западной Аравии, в Мекке. С распространением ислама по всему миру распространялся и арабский язык. Впервые упоминания об арабском языке относятся к третьему веку до н.э. и были найдены в древнееврейских текстах. А первое употребление термина *арабский язык*, в арабских источниках отмечено в Коране. Первым письменным памятником общеарабского языка и является Коран, появившийся в середине VII в. н.э. Коран представляет собой собрание проповедей, молитв, назидательных рассказов, притч, обрядовых и юридических установлений. Так как в арабском мире Коран является священной книгой, которую никоим образом нельзя было видоизменять, то языковые формы того времени без существенных изменений дошли до наших дней. Основой классического арабского языка (языка Корана) является городская диалект Мекки. В течение ста лет после появления Корана, арабский язык приобрел статус официального языка империи, границы которой простирались от реки Оксус в Центральной Азии и до берегов Атлантического Океана на Иберийском полуострове в Европе.

Большинство современных исследователей различает две общих разновидности ал-фусха (الفصحى): Классический арабский литературный язык (КАЛЯ) (اللغة العربية التراثية, فصحى التراث), язык Корана и ранней исламской литературы (VII – IX веков) и Современный арабский литературный язык (فصحى العصر) – норма, используемая в наши дни.

**Д. Кирилова**

#### ЕДИНИЦЫ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ТИПА «О ДОБРЕ И ЗЛЕ» В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ

Каждый язык богат различными идиоматическими выражениями, пословицами, поговорками, крылатыми выражениями. Пословицы и поговорки являются атрибутом культуры народов, несут в себе отражение жизни той нации, которой они принадлежат.

Среди пословиц, связанных с осмыслением добра и зла, выделяется несколько групп по их значению: «Доброта», «Злость», «Добрый и злой», «Добро и зло», «Добро должно быть с кулаками». Исследованию подвергнуто 105 пословиц и поговорок о добре и зле. Группа пословиц и поговорок «Добро и зло» объединяет 22 пословицы: *За моё добро мне же в ребро, Добро всегда вспомнется, Благими намерениями дорога в ад вымощена* и др.

*Добро* и *зло* – всеобщие понятия, которые заключают в себе представление о добродетели и пороке, присущи представителям любого народа. Можно выделить такие основные источники возникновения пословиц и поговорок о добре и зле, как народные (6), литературные (12), библейские (2).

На формирование пословичного фонда как английского, так и русского языка оказали влияние заимствования из других языков. Например, сравним английскую пословицу *Of two evils choose the lesser* и ее русский эквивалент *Из двух зол выбирай меньшее*. Обе они восходят к латинскому изречению *'duobus malis minimum eligendum'*. Заимствования из арабского языка: *Kindness can pluck the whiskers of a lion* и ее русский эквивалент *Старое добро и собака помнит*. Общий источник происхождения приводит к образованию эквивалентов.

Пословицы библейского происхождения отличаются лишь порядком слов, так как в английском языке порядок слов строго фиксированный, а в русском – свободный: английская пословица *Hell is paved with good intentions* и ее русский эквивалент *Благими намерениями дорога в ад вымощена*.

Следует отметить, что по своему происхождению английские и русские пословицы связаны с различными социальными группами. В английских пословицах прослеживается мировосприятие человека, который занимает определенное положение в обществе и дорожит своей репутацией. Русские пословицы отражают в большей степени фольклорное творчество: *За моё жи-*

*то мне же и бито; За моё добро мне же в ребро; У Фили тили, Филю ж и побили; Злее зла честь татарская; Хочешь зла-купи козла.* В английском языке нет аналогов данных пословиц.

Существуют некоторые английские пословицы литературного происхождения, которые не имеют эквивалента, аналога в русском языке: *A forced kindness deserves no thanks* и ее русский перевод 'Вынужденная доброта не стоит благодарности'; *If you can't be good, be careful* и ее русский перевод 'Если не можешь быть хорошим, будь осторожен'.

Вместе с тем в английском языке существуют пословицы литературного происхождения, которые имеют большое количество эквивалентов в русском языке: *A good deed is never lost* и ее русские эквиваленты: *Доброе дело без награды не остается; Добро всегда вспомнется; За доброе дело жди похвалы смело; Доброе добром поминают.* И наоборот, один русский эквивалент соотносится с несколькими английскими пословицами: *It is an ill wind that blows nobody good; No joy without alloy; Nothing so bad, as not to be good for something* и русский эквивалент всем этим пословицам: *Нет худа без добра.*

## II. Коростелёва

### РУССКИЕ ПРИСТАВОЧНЫЕ ГЛАГОЛЫ И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ В ИТАЛЬЯНСКОМ ЯЗЫКЕ

Русские приставочные глаголы – одна из сложных тем в обучении русскому языку как иностранному, так как прибавление приставки:

1) изменяет лексическое значение глагола: *читать – дочитать, вычитать, перечитать, зачитать, зачитаться, начитать, начитаться, почитать, почитывать* и др.;

2) влияет на видовую форму русского глагола: *слушать (НСВ) – выслушать (СВ) – выслушивать (НСВ2); говорить – отговорить – отговаривать; смотреть – рассмотреть – рассматривать; работать – проработать – подрабатывать*

3) может провоцировать изменение форм управления однокоренного производного глагола (особенно ярко это проявляется у глаголов, образованных приставочно-постфиксальным способом: *читать что? – зачитаться чем?; думать о чем? – вдуматься во что?*).

Кроме того, русские приставки многообразны, некоторые из них являются многозначными.

В методических целях мы проанализировали приставочные глаголы сосновой *писать* (31 единицу). 17 из них являются многозначными и это влияет на их передачу на итальянский язык, например: *списать / списывать* – 1) скопировать с доски условия задачи – *ricopiare dalla lavagna e dati del problema*, 2) скопировать, срисовать с натуры – *ritrarre dal vero il protagonista*,

3) скопировать и выдать за своё – *ricopiare il temino dal compagno*, 4) (у моряков) уволить с корабля: (*на берег*) – *licenziare dal'equipaggio della nave*.

Анализ итальянских эквивалентов показал, что на итальянский язык русские приставочные глаголы могут передаваться следующими способами:

1) при помощи приставок: списать – *ricopiare*, переписать – *ricrivere*, исписать – *ricoprire, riempire*;

2) при помощи бесприставочного итальянского глагола: вписать – *inserire*, исписаться (израсходоваться) – *consumarsi, esaurirsi*, записать – *scrivere, prendere appunti*, выписывать (журнал) – *abbonnarsi (a un giornale)*.

3) описательным способом: прописать кого-то где-то – *registrare il proprio domicilio*, дописать – *finire di scrivere*, надписать – *fare una scritta sopra*, списаться – *mettersi in contatto per corrispondenza*, подписаться – *mettere la propria firma*.

В заключение отметим, что выявленная классификация может стать основой для разработки национально ориентированной системы упражнений, направленной на усвоение учащимися итальянцами русских приставочных глаголов.

## **А. Крылова**

### **ЕДИНИЦЫ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ТИПА О ЗДОРОВЬЕ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ**

Фразеологические единицы, пословицы и поговорки – это результат коллективного опыта, в котором отражены мудрость и менталитет народа. Сравнение единиц фразеологического типа двух разноструктурных языков помогает выявить сходства и различия в представлениях о конкретном предмете (или предметах) определенной нации.

Единицы фразеологического типа русского и английского языков рассматриваются в сопоставительном (выявляются семантические особенности) и переводоведческом аспектах (рассматриваются трудности, которые необходимо учитывать при переводе).

Фактический материал исследования – 220 единиц фразеологического типа (131 – русского языка, 89 – английского языка) о здоровье. Неравное соотношение русских и английских единиц фразеологического типа объясняется тем, что в русском языке имеется ряд синонимичных пословиц и поговорок, которым соответствует одна единица фразеологического типа в английском языке. В результате проведенного семантического анализа английские и русские единицы фразеологического типа были классифицированы с установлением следующих объединений: «Здоровье и болезнь», «Пышет здоровьем – Еле-еле душа в теле», «Лечение», «Сон», «Секреты долголетия», «Красота души – Лень».

Было выявлено, что в соотносимых языках присутствуют одни и те же тематические группы, однако их количественный состав оказывается разным: в русском языке количество единиц фразеологического типа, отражающих понятия *пышет здоровьем – еле-еле душа в теле* и *сон* намного больше. При сравнительном анализе было выявлено, что в единицах фразеологического типа русского языка о здоровье наиболее часто встречающимися словами являются: *здоровье, совесть, лучше*; в единицах фразеологического типа английского языка – *health* ‘здоровье’, *man* ‘человек’, *good* ‘хорошо’. Частотность слова *здоровье* на 3 % выше, чем у слова *health*, но *здоровье* в английском языке описывается другими выражениями и (или) словами-синонимами.

В ходе исследования было установлено, что в представленной выборке наибольшее количество составляют единицы фразеологического типа с частичным эквивалентом в другом языке (51 %). Полное соответствие исследуемых единиц в двух языках составило лишь 13 %. 64 % сопоставленных единиц фразеологического типа имеют схожее семантическое значение или выражают схожую мысль. 23 % составляет переводческое описание русских пословиц и поговорок на английский язык. Перевод при помощи калькирования составил 8 %, 5 % – псевдопереводческое соответствие. 36 % проанализированных единиц фразеологического типа не имеют эквивалента в английском языке, что указывает на различие ценностей и образа мышления двух культур.

## **О. Малиновская**

### **СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МИФОНИМОВ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ**

Актуальность работы обусловлена необходимостью исследовать мифологические явления в языковом аспекте, семантические особенности мифонимов, их сходства и различия в русском и английском языках, что способствует более глубокому проникновению в понимание истоков славянской и мировой культуры.

Мифонимы (от греч. *mythos* – сказание, предание и *онупа* – имя, название) – мифологические имена. В узком смысле под мифонимами понимаются имена собственно мифологических персонажей – теонимы и демонимы.

*Один* – верховный бог в германо-скандинавском пантеоне. Он считается предводителем людей и покровителем валькирий. Супругой Одина является *Фригг*. В славянской мифологии этому богу соответствует *Велес*. Велеса считают одним из высших богов в славянском пантеоне, облик Велеса схож с обликом Одина: их обоих представляют старцами, которых окружают дикие звери и птицы.

Сравнивая *Тора* и *Перуна* выделяются следующие общие семы: ‘бог грома’, ‘бог бури’, ‘высший бог’. Однако Тор является защитником людей от великанов, которые не представлены в славянской мифологии, соответственно сема ‘защитник от великанов’ является дифференциальной.

*Локи* – бог хитрости и обмана. Локи является полным семантическим соответствием повелителя подземного мира мертвых *Чернобогу*.

*Хель* – дочь Локи, хозяйка подземного мира. Соответствует славянской богине *Маре*. Мара у славян — повелительница мира мёртвых, богиня зимы и смерти, является возлюбленной Чернобога.

Богини судьбы *Норны*: *Урд*, *Верданди* и *Скульд*. Богини судьбы из скандинавского пантеона соответствуют славянским богиням судьбы: *Макошь*, *Доля* и *Недоля*.

В ходе исследования была выделена 131 сема (для теонимов славянской культуры), 106 (скандинавская культура) – процент семантических совпадений 21 %. Мифологические существа: 50 уникальных сем (славянская культура), 58 уникальных сем (скандинавская культура), процент совпадения сем – 14 %.

Таким образом, духовная культура славянских и скандинавского народов различается укладом жизни географическими условиями, климатическими особенностями жизни, типом хозяйствования, обычаями и традициями, бытом. Эти факторы национального своеобразия народа обуславливают не только компонентный состав славянских и греческих мифонимов, но и закрепление в их содержании национальных своеобразных ассоциаций, коннотаций и оценок.

#### **Ч. Махмудова**

### **ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С КОМПОНЕНТОМ-ЗООНИМОМ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

В связи с актуальностью исследования фразеологических единиц в сравнительно-сопоставительном аспекте неродственных языков нами была поставлена цель – выявить общее и отличное в семантике фразеологических единиц с компонентом-зоонимом в русском и английском языках, выделить эквивалентные ФЕ, в случаях несовпадения семантики описать культурные коннотации зоонимов в русской и английской лингвокультурах.

В ходе сопоставления 75 русских и 71 английских фразеологизмов были отмечены три группы соотношений. Единицы первой группы передают общие для двух языков смыслы с помощью одинаковых зооморфических образов. Единицы этой группы подразделяются по этимологии на библеизмы; устойчивые выражения, пришедшие из латинских и древнегреческих текстов; заимствования из басен Эзопа. Так, библеизмами являются, к примеру, следующие устойчивые выражения: *козел отпущенный*

ния / *spacegoat*, Валаамова ослица / *Balaam's ass*, лучше синица в руке, чем журавль в небе / *the bird in the hand is worth two in the bush*; к басням Эзопа восходят ФЕ *an ass in a lion's skin* – ворона в павлиньих перьях.

Вторая группа – это единицы, представляющие сходные ситуации при помощи неодинаковых зооморфических образов. Среди них выделяются такие смысловые пласты, как отношение к труду, к проблеме жизненных предпочтений, а также представление таких понятий, как лень – безделье, ложь – фантазия, наличие – отсутствие опыта: *catch old bird with chaff* ‘провести опытных людей’, чему в русском языке частично соответствует ФЕ *травленный волк*.

Третья группа единиц выражает уникальные, национально-специфические смыслы. Национально-культурная семантика отражается в ФЕ, этимологически восходящих к прецедентным текстам, среди которых приоритет принадлежит в русской лингвокультуре басням И. А. Крылова – *попрыгунья-стрекоза*, *слона-то я и не заметил*, а также произведениям Н. В. Гоголя – *борзыми щенками брать*; в английской многие ФЕ восходят к произведениям Шекспира – *care killed a cat* («*Much Ado About Nothing*») – ‘забота до добра не доводит’. Позднее по аналогии с этим выражением был создан оборот *curiosity killed a cat* – ‘любопытство до добра не доводит’.

Анализируя ФЕ с компонентом-зоонимом, мы выявили, что как русские, так и английские зоонимы схожи как в описательной сфере значения слова, так и в оценочной: ФЕ с отрицательной оценкой больше, чем с положительной, в обоих языках. Отмечены, кроме того, несовпадения в компонентной структуре зооморфизмов: в английском языке существует устойчивое выражение, например, о барсуке *draw the badger* – ‘заставить кого-л. проговориться, выдать себя, открыть свои карты’, которого нет в русском языке; с другой стороны, в английском языке не фиксируются ФЕ с компонентом-зоонимом ‘ёж’.

**О. Панькова, А. Шестунова**

## ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА В РУССКОЙ НАИВНОЙ КАРТИНЕ МИРА

Фразеологические единицы (ФЕ) способны описывать мир и интерпретировать его, оценивать и выражать к нему отношение, они изначально наделены определённой культурно-национальной спецификой. Антропоцентричность картины мира выражается в ее ориентации на человека. Значение целого ряда базовых слов и ФЕ сформировалось на основе антропоцентрического понимания мира. Абсолютно во всех культурах интеллект человека определяется социальными характеристиками и поведением в обществе.

В ходе исследования было рассмотрено 100 ФЕ, характеризующих интеллектуальные способности человека (способность/неспособность мыслить).

Проведенный компонентный анализ продемонстрировал, что с учетом национально-культурной специфики представлений о локализации ума (а значит, интеллекта) основным компонентом является лексема *голова* (*голова варит, светлая голова* – 31, 8 %; *голова соломой набита, пустая голова* – 24,1 %).

Выявленный материал позволяет выделить следующие фразеосемантические группы устойчивых единиц, характеризующих способность мыслить (42 ФЕ): ФЕ со значением высокого уровня способностей (*семи пядей во лбу, ходячая энциклопедия*) – 54,8 %; ФЕ со значением высокой степени глубины мыслительных процессов (*видеть насквозь, читать между строк*) – 14, 3 %; ФЕ, со значением высокого уровня знаний, полученных в результате опыта (*стреляный воробей, тертый калач*) – 11, 9 %; ФЕ со значением высокого уровня квалификации в определенной области деятельности (*иметь арсенал знаний, светоч науки*) – 9,5 %; ФЕ, обозначающие наличие интеллекта (*голова варит, с головой*) – 7,1 % и базовый уровень способностей (*иметь понятие о чем-либо*) – 2,4 %.

ФЕ, обозначающие неспособность мыслить (58 ФЕ), представлены следующими 5 фразеосемантическими группами: ФЕ, характеризующие низкий уровень способностей (*недалекого ума, глуп как сивый мерин*) – 77,6 %; ФЕ, характеризующие отсутствие знаний (*ведать не ведает, как с неба упал/свалился*) – 12,1 %; ФЕ, характеризующие низкую степень глубины мыслительных процессов (*от большого ума, бред сивой кобылы*) – 6,9 %; ФЕ, обозначающие низкий уровень знаний из-за отсутствия опыта (*блуждать в потемках*) – 1,7 % и утрату интеллектуальной способности мыслить (*впадать в младенчество*) – 1,7 %.

Проанализированный фразеологический материал подтвердил существующую точку зрения о преобладании негативной оценки качеств человека в русской фразеологии, в том числе и в сфере интеллектуальных способностей.

## **А. Рывкина**

### **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОНЯТИЯ ПРАВДА ИМЕНАМИ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫМИ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ**

Данное исследование направлено на изучение понятия *правда* в русском и английском языках, на установление различий между лексико-семантическими группами, выявление общих значений, а также на доказательство того, что понятие *истина*, соотносящееся с понятием *правда*, остается в английском языке неконцептуализованным.

Источниками материала исследования послужили «Тезаурус Роже», «Оксфордский словарь английского языка», «Большой универсальный словарь русского языка» под ред. В. В. Морковкина.

В «Тезаурусе Роже» было выявлено 262 единицы, из них: 80 имен существительных, 112 имен прилагательных, 39 глаголов, 31 наречие. В ходе изучения словарных дефиниций имен существительных было установлено, что 53 словарные дефиниции в английском языке совпадают с дефинициями в русском языке и включаются в лексико-семантическую группу имен существительных, обозначающих понятие *правда* в русском языке. Кроме того, были выявлены 27 русских единиц, включющихся в лексико-семантическую группу имен существительных, обозначающих понятие *правда* в русском языке и являющихся периферийными.

При обращении к этимологии слова *правда*, можно установить связь слова *правда* со словом *Библия*. Слово *правда* – производное от прилагательного *правъ, правый, честный, праведный, поступающий по совести, тот, за которым следуют другие*. Таким образом, правый означает, в сущности, – *образцовый в моральном смысле, служащий нормой или указывающий норму для следования* (Ю. С. Степанов Константы: словарь русской культуры). Библия есть правила, положения, текст, которые служат для кого-либо непререкаемым руководством, а также книга, содержащая такие правила, положения, тексты. Из чего можно сделать вывод, что слово *Библия* относится к лексико-семантической группе, обозначающей понятие *правда* в русском языке. Дефиниции английского и русского языков слова Библия совпадают.

В английском словаре не было найдено слова *истина*. Лексическая единица *истина* переводится на английский язык, как *truth* ‘правда’ также выражениями с данным словом: *elementary/simple truth* ‘азбучная истина’; *bitter truth* ‘горькая истина’; *common truth* ‘прописная истина’.

На основании анализа материала исследования был сделан вывод, что существительные, обозначающие понятие *правда* в английском языке, соотносятся с соответствующими именами существительными в русском языке, большинство дефиниций совпадает. Было установлено, что в английском языке существительное *truth* ‘правда’ включает в себя как понятие *правда*, так и понятие *истина*. Само понятие *истина* остается в английском языке неконцептуализованным.

**Н. Сенько**

## ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ МИФОНИМОВ

Данное исследование направлено на изучение семантических особенностей мифонимов в разных языковых культурах. Объектом исследований являются греческие и римские мифонимы. Источники – «Мифологический словарь» Е. М. Мелетинского, «Толковый словарь живого великорусского языка» В. И. Даля, «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова,

«Толковый словарь русского языка» Д. Н. Ушакова, «Словарь современного русского литературного языка» (1950–1965 гг.) и «Оксфордский словарь английского языка».

Из «Мифологического словаря» Е. М. Мелетинского было отобрано 944 единицы. Из них соответствие нашли: 80 – в словаре В. И. Даля, 87 – в словаре С. И. Ожегова, 108 – в словаре Д. Н. Ушакова, 152 – в словаре современного русского литературного языка и 201 – в Оксфордском словаре английского языка.

Среди мифологических единиц наиболее часто встречаются имена богов и имена людей (96 %), названия и имена животных (3 %), топонимы, фитонимы, названия предметов, названия народов и названия событий (менее 1 %). Из них 21 % можно найти в толковых словарях. Названия животных (*Цербер, Пегас, Арион*), мест (*Олимп, Тевмесская пещера, Лета*), растений (*мандрагора моли*), предметов (*палладий, тирс, эгида*) и народов (*гипербореи, пигмеи, амазонки*) в процентном отношении занимают гораздо большее место среди дефиниций мифонимов в толковых словарях, нежели в мифологических.

В современном языке имена богов чаще всего используются для художественного обозначения каких-либо понятий (*Аврора – заря, Фемиды – правосудие, Морфей – сон*). Имена собственные трансформировались в имена нарицательные (*геркулес* (о сильном человеке), *аполлон* (о красивом мужчине)) и прилагательные (*прокрустов* (о насильственном исправлении), *авгиев* (об очень загрязненных местах)). Часть имен стала названиями небесных объектов (*Венера, Плеяды, Кассиопея*), фитонимами (*нарцисс, пион, агава*), названиями химических элементов (*уран, плутоний, гелий*), эпонимами (*Азия, Ливия, Европа*). Мифонимы, обозначающие названия предметов, событий и большинства животных сохранили свои значения (*амброзия, Троянская война, дракон*). Имена наиболее значимых богов обычно используются в своем прямом значении (*Зевс, Посейдон, Аид*), но в толковых словарях, исключая английские, их дефиниции не даются. Некоторые мифонимы даны в словарях в качестве составной части фразеологизма (*нить Ариадны, между Сциллой и Харибдой, гордиев узел*).

Таким образом, языковые картины мира отличаются у людей различных эпох и различных культур, поскольку их представления о мире отражаются в языке сквозь призму полученных знаний и национальных особенностей мировосприятия.

## **Е. Сташевская**

### **ОСОБЕННОСТИ ПОПОЛНЕНИЯ ЛЕКСИКИ КОМПЬЮТЕРНОГО СЛЕНГА В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ (на материале русского и английского языков)**

Работа посвящена активно развивающейся подсистеме языка – компьютерному сленгу. Словарный состав языка в ней рассматривается как открытая система единиц языка. Так как именно лексический уровень

отражает изменения, происходящие в языковой картине мира. Соответственно, чем быстрее развивается сфера компьютерных технологий, тем чаще необходимо обновлять и систематизировать возникающие лексические единицы.

Материалом исследования послужила выборка лексем компьютерного сленга с тематических онлайн – ресурсов и словарей (Н. В. Дубенюка, J. Kittell). Целью исследования стало изучение и систематизация особенностей пополнения лексики компьютерного сленга в русском и английском языках. Результаты исследования можно применять на практике для упрощения процесса адаптации любого пользователя в кругах IT-специалистов и геймеров.

Компьютерный сленг – это разговорный вариант литературной речи, который используется для придания эмоционально-экспрессивной окраски и создания атмосферы особого закрытого сообщества. Изучение компьютерного сленга не стоит ограничивать только лингвистическим анализом. Оно также должно включать исследование психологических и социальных особенностей.

Согласно теоретической основе исследования была произведена выборка лексических единиц из источников на русском и английском языках.

В процессе отбора материала были обнаружены лексем, ранее не зафиксированные в словарях, их значение устанавливалось с помощью самих носителей сленга: *Рекс* – *Reactive X*, платформа на базе фреймворка Реакт.

К отобранному количеству единиц компьютерного сленга русского языка была применена классификация, с помощью которой удалось установить происхождение лексем и разделить их на подгруппы: единицы, образованные путем калькирования, единицы образованные путем полукальки, единицы компьютерного сленга, образованные с помощью фонетической мимикрии, и единицы, образованные с помощью перевода.

Лексические единицы компьютерного сленга английского языка также были разделены на подгруппы: единицы компьютерного сленга, образованные с помощью метафоры, единицы, образованные путем звукоподражания, единицы, образованные словосложением, с помощью аббревиации и заимствования. Для дальнейшего сопоставления и выявления особенностей образования в английском и русском языках был проведен статистический анализ.

После сопоставления полученных данных были выявлены следующие особенности. В русском языке преобладают 2 способа пополнения компьютерного сленга (калькирование и полукалька): демо (demo) – предварительная версия продукта; деплоить (to deploy) – запуск приложения на новой модели компьютера или на новой его версии.

В английском языке лексика пополняется с помощью словообразовательных приемов: *Cough and die* – «чихнул и помер»: аварийное завершение работы. В данном случае английский язык является языком-

донором, а русский – реципиентом, так как большинство лексических единиц компьютерного сленга не имеют русских аналогов и практически не адаптируются к правилам русского языка.

На основании материала исследования был составлен словарь актуальных лексических единиц компьютерного сленга. Было доказано, что словари компьютерного сленга нуждаются в постоянном обновлении и замене устаревших слов.

**О. Томилова**

### КИТАЙСКИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Внимание современных ученых приковано к когнитивной лингвистике. Одним из интереснейших явлений, рассматриваемых когнитивной лингвистикой, являются прецедентные имена (ПИ). Изучением прецедентного имени занимались Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, В. В. Красных. Специфике ПИ в китайском языке посвящены работы Н. Н. Воропаева, В. А. Ленинцевой и Т. Н. Бурукиной. Специфика нашей работы – в том, чтобы рассмотреть ПИ, принадлежащие китайской культуре, с точки зрения их использования в англоязычном интернет-дискурсе.

Анализ материала исследования показал, что в англоязычном интернет-пространстве наиболее часто употребляются 8 китайских прецедентных имен. Это обозначения как лиц, так и объектов окружающей действительности. Из них наиболее релевантными оказались все же наименования лиц — имена актеров: *Брюс Ли* (24,21 %) и *Джеки Чан* (23,16 %). Неудивительно, что данные ПИ используются для характеристики других представителей киноиндустрии. Более оригинальные примеры использования включают сравнение борьбы с проблемой в компьютерной программе и звука ударов по клавиатуре с фильмами Джеки Чана. В похожем значении используется ПИ *Брюс Ли* для описания борьбы лимфоцитов в крови с инфекциями. В примерах со сравнительными оборотами ПИ максимально приближено к имени собственному. Роль таких конструкций заключается в том, чтобы отделить ПИ от имени собственного и придать образность речи.

*Инь и ян* (17,89 %), *Дзен* (14,74 %), *Конфуций* (10,55 %) используются менее широко. ПИ *Инь и Ян* употребляются, чтобы подчеркнуть различия между людьми, для обозначения разных сторон одного явления, при описании противоположностей, которые идеально сочетаются вместе. ПИ *Дзен* часто используется как прилагательное в значении ‘спокойный, умиротворенный’. В одном из примеров *Дзен* употребляется в качестве глагола в значении ‘расслабиться’ «zen out». ПИ *Конфуций* применяется по отношению к мудрому человеку, учителю, иногда при обращении с ироничным оттенком.

Менее других встречаются ПИ *Далай Лама* (6,32 %), *Мао* (2,1 %), *Великая Китайская стена* (1,05 %). ПИ *Далай Лама* используется в отношении спокойного человека. ПИ *Мао* встречается как часть словосочетания 'костюм Мао' «Maо suit». С ПИ *Великая Китайская стена* сравнивается длительное обсуждение на форуме.

Проведенное исследование позволяет подчеркнуть важность такого явления, как ПИ. Популярность ПИ, связанных с известными личностями, позволяет утверждать, что у большинства людей китайская культура в первую очередь ассоциируется с ее выдающимися деятелями.

## С. Фан

### КВАНТИТАТИВНОЕ ЗНАЧЕНИЕ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

В данной работе на материале «Русско-китайского идиоматического словаря» под редакцией Чжоу Цзишэн, Чоу Лупэй, Чжан Ци (1984) рассматриваются русские фразеологические единицы (ФЕ) с квантитативным значением в сопоставлении с их китайскими эквивалентами с целью выявления лексико-грамматических сходств и различий.

В ходе исследования было установлено, что рассмотренные ФЕ представляют следующие лексико-семантические группы:

ФЕ со значением малого количества – 18 ФЕ: *всего ничего* (没有多少, 不多, 很少, 几乎没有 – немного, очень мало, почти нет; ФЕ со значением нейтрального количества – 2 ФЕ: *ни много ни мало* (不多不少, 足足– ни много ни мало, достаточно); ФЕ со значением большого количества – 32 ФЕ: *хоть завались* (非常多, 多极了– чрезвычайно много, крайне много); ФЕ со значением полного отсутствия (т.е. ничего/никого нет) – 19 ФЕ: *ни капли* (一点也, 丝毫也 (没有, 不) – ничего/ни капли, волоска шелковинки).

В рассмотренной 71 словарной статье в 13 случаях имеется китайский фразеологический инвариант – чэньюй. Например, *ни бельмеса* (一窍不通 – не входит ни в одно отверстие (головы)), *по пальцам можно сосчитать* (屈指可数; 寥寥无几 – можно считать, сгибая пальцы; очень мало (досл. очень мало не сколько)). В 68 случаях, значение ФЕ передано при помощи синтактико-грамматических сочетаний нескольких наречий (很多 – очень много), сочетаний наречий и служебных частиц (多极了 – крайне много + усилительная частица 了), а также при помощи выражений связанного употребления (一点儿 – мало/чуть-чуть/одна капля) и др. Например, *ни много ни мало* (不多不少, 足足– ни много ни мало, достаточно), *вагон и маленькая тележка* (非常多 – чрезвычайно много).

Кроме того, следует отметить, что 43 русских ФЕ не совпадает по способу/форме выражения с китайскими: *(как) из рога изобилия* (非常多, 多得不得了 – чрезвычайно много, крайне много); по значению и образной форме совпадает 13 ФЕ: *ни капли* (一点也 – ничего/ни капли), *ни один черт* (一个鬼都没有 – нет ни одного черта); 15 ФЕ совпадает по значению, но с расхождением образной составляющей, что обусловлено национально-культурными особенностями: в Китае предметом, отображающим понятие *тонкий*, принято считать шелковую прядь, а не волос, как у славян, поэтому русскому ФЕ *на волос* в китайском соответствует *на шелковую прядь (нить)* – 有一丝儿.

Таким образом, анализ фактического материала продемонстрировал как сходства, так и в большей степени различия русских и китайских устойчивых выражений с квантитативным значением, прежде всего обусловленные самим характером фразеологии как национально-культурного компонента любого языка.

## **Чжан Сяосяо**

### **СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА ПЕРСОНАЖНЫХ ФИЛЬМОНИМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

Под персонажными фильмонимами понимаются оригинальные кинозаголовки и их переводы, содержащие не только имена собственные, но и названия с любым признаком, указывающим на действующее лицо. Так, нами рассматриваются соответствия фильмонима «Public Enemies», буквального перевода «Враги общества» и официального фильмонима «Джонни Д.».

Опираясь на исследования, а также на понимание названия фильма в данной работе, выделим следующие основные функции кинозаголовка:

- 1) номинативную – выделяет фильм из множества других;
- 2) смысловую – подчеркивает основной смысл, несет основную идею;
- 3) информативную – отражает события, ситуации, содержащиеся в фильме;
- 4) экспрессивную – несет признаки эмоциональной окрашенности и авторской позиции.

Особенную категорию персонажных названий фильмов составляют названия кинолент про супергероев, строящихся по одинаковому принципу. При их переводе используются три основных подхода: предпочесть форму содержанию, предпочесть содержание форме и изменить название. Так, в случае с фильмом «Spider-Man» название переведено дословно, в фильме «Birdman (or The Unexpected Virtue of Ignorance)» псевдоним переведен с помощью транскрибирования, а вторая часть названия опущена, вероятно

для того, чтобы привлечь наибольшую аудиторию, так как фильм не про супергероя, и дополнение в названии это выдает. При переводе фильмонима «Captain America: Civil War» как «Первый мститель: противостояние» была произведена полная замена из-за несоответствия культурных коннотаций гражданской войны американского и российского зрителя. Комедия «Mr. Right» вышла в прокат под названием «Мой парень – киллер», что, вероятно, мотивировано успехом в прокате фильма «Мой парень – псих».

Иногда персонажные названия требуют смыслового расширения или внутреннего изменения в грамматическом оформлении, как в случае перевода «Ocean's Eleven» («11 друзей Оушена»). При переводе фильмонима «The King's Speech» имя *speech* переводчиком было заменено на глагол – «Король говорит!».

Анализ перевода персонажных английских фильмонимов на русский язык позволяет выделить следующие стратегии перевода: *транслитерацию*, то есть перевод с помощью передачи названия побуквенно знаками другого языка: «Lincoln» («Линкольн»), «The Aviator» («Авиатор»); *буквальный перевод* – это перевод названия фильма с сохранением лексической и синтаксической структуры, как при переводе фильмонима «12 Angry Men» («12 разгневанных мужчин»); *адаптацию* – к такого рода переводам относятся названия, содержащие в себе фразеологизированный компонент – «No Country for Old Men» («Старикам тут не место»), а также отсылку к известному произведению, событию, факту, что может сопровождаться расширением фильмонима – при переводе «The Grinch» («Гринч – похититель рождества»), полной заменой «Cinderella Man» («Нокдаун»), иногда мотивированной возвратом к названию первоначального текста «Being Julia» («Театр» – по роману С. Моэма).

## Чжан Юйли

### СРЕДСТВА ОПИСАНИЯ ЭМОЦИЙ В ПОЭЗИИ С. А. ЕСЕНИНА В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК

Под средствами описания эмоций мы понимаем слова, которые называют какое-либо чувство, эмоцию (*сочувствие, страх, радость, гнев, удивление* и т.п.). Материалом исследования стали 205 единиц, отобранных методом сплошной выборки из сборника поэзии С. А. Есенина «Поэмы и стихотворения».

В поэзии С. А. Есенина наиболее частотными эмоциями являются *грусть* (24 единицы) и *любовь* (27 единиц). Также многочисленно представлен синонимический ряд с семей *грусть* – *тоска, горе, скорбь, печаль, плач*. Анализ сочетаемости лексических единиц показал, что имена существительные с семей «чувство, эмоция» распространяются именами

прилагательными, называющими: а) принадлежность эмоций (*тоска журавлиная, грусть пастушеская, тревога галочья, печаль чужая, тоска родная*); 2) время и регулярность (*грусть вечерняя, радость короткая, первая, редкая*); 3) интенсивность, силу эмоции (*тоска глубокая, тревога большая, любовь большая, нежность глубокая, радость тихая*); 4) добавочную эмоцию (*тоска веселая, чарующая; горе ревнивое, страх постыдный, нежность грустная*).

Имена существительные, называющие эмоции, в поэзии Есенина представлены в качестве распространителей глаголов со значением: 1) прямого и косвенного объекта (*полюбить тоску, забывать грусть, запеть про любовь, ответить на любовь*); 2) причины (*волноваться от мук и тревог, (едва) дышать от восторга, плакать от счастья и радости*); 3) образа действия (*плыть с тоской, дремать в тоске, стелить без злости, взглянуть с улыбкой*); 4) инструмента (*отметить радостью*); 5) места (*прочь от горя и невзгод! прочь от жалости постылой*).

Анализ переводов стихотворений С. А. Есенина на китайский язык показал, что выбор лексической единицы зависит от контекста, особенно если речь идет о полисеманте. Например, слово *тоска* имеет в русском языке следующие значения: 1. Тяжелое гнетущее чувство, душевная тревога, грусть, уныние; 2. Разг. Гнетущая, томительная скука; 3. О том, что вызывает у кого-либо состояние душевного томления, сильной скуки, уныния. Каждое из указанных значений имеет свои эквиваленты в китайском языке: 1. 忧愁 (*грусть, печаль*); 愁苦 (*горе, страдание*); 忧郁 (*меланхолия*); 2. 无聊 (*скука*); 3. 烦恼 (*то, что удручает*). Для перевода цитаты *Кругом с тоской глубокою Плывут в страну далекую Седые облака* переводчик выбирает единицу 忧郁 = *меланхолия*, поскольку контекст подразумевает значение «мрачное настроение; уныние»; в то же время для перевода слова *тоска* во фрагменте *Я по-прежнему такой же нежный И мечтаю только лишь о том, Чтоб скорее от тоски мятежной Воротиться в низенький наш дом* переводчик выбирает единицу 烦恼 = *то, что вызывает огорчение, удручение*.

## АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ

Ю. Антонович

### ГЛАГОЛЫ ПРИГОТОВЛЕНИЯ ПИЩИ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Кулинария является значимой этнокультурной частью двух народов, что нашло отражение в обоих языках. Китайский язык богат разнообразием кулинарной лексики, которая показывает не только картину мира китайцев, но и многие исторические и общественные явления.

В китайском языке насчитывается около 100 глаголов приготовления пищи, многие из которых не имеют единичного соответствия в русском языке. 19 китайских глаголов можно сопоставить с русским глаголом «жарить»: 熘 ‘жарить с добавлением крахмала’, 炸 ‘жарить в раскаленном масле’, 爆 ‘быстро жарить на сильном огне’, 脆炸 ‘жарить до хрустящей корочки’, 宫爆 ‘жарить с арахисом и красным перцем’ и т.д. 14 глаголов – аналоги русского глагола «варить»: 熬 ‘варить с последующим добавлением приправ’, 涮 ‘бланшировать’, 卤 ‘варить в рассоле’, 川 ‘варить в крутом кипятке’ и т.д. 9 глаголов переводятся глаголом «тушить»: 炖 ‘тушить’, 红焖 ‘тушить в соевом соусе’, 罐焖 ‘тушить в керамической посуде’ и т.д. На 1 русский глагол приходится несколько китайских глаголов, объединенных общей семантикой. Но при этом они отличаются временем и тщательностью приготовления, температурой, количеством масла, используемой посудой (Халмакшинова, 2016).

Причинами такого разнообразия глаголов в китайском языке могут быть разные климатические условия. В Китае климат отличается в зависимости от региона. От климата зависят и исходные продукты. На разных территориях один и тот же продукт может требовать неодинакового времени приготовления, разного количества масла, различной температуры. Разнообразие видов исходных продуктов приводит к множеству способов приготовления, что, в свою очередь, отражается в языке. Кроме того, для китайцев всегда была важна тщательность приготовления блюда. Раньше считалось, что сырое мясо невкусное и есть его вредно для здоровья. Огневой режим является важной частью кулинарной культуры Китая. Это и многие другие явления отразились в лексике (Хуан Чжунлянь, Лю Лифэнь, 2017).

Также в китайском языке есть метафорическое использование кулинарной лексики. 欠火候 ‘не хватает огня, не достигнуть желаемого результата’. 煎心 ‘жарить сердце, нервничать’. Наличие таких выражений выявляет особую роль культуры питания в Китае (Халмакшинова, 2016).

Таким образом, русские глаголы обладают меньшим разнообразием и имеют более общее значение. В результате более четкой дифференциации действий китайские глаголы многочисленнее. Многие действия, переда-

ваемые китайскими глаголами, не фиксируются в русском языке в отдельной глагольной лексеме. Можно сделать вывод, что кулинарии в Китае придается большее значение, она является неотъемлемой частью китайской культуры и языка. К здоровью в Китае всегда относились очень бережно и, соответственно, уделяли большое внимание питанию организма. Это выражено в даосской концепции мироздания, важным компонентом которой является забота о себе и о своем теле.

## А. Баборико

### СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИСТОЧНИК АНГЛИЦИЗМОВ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Китайский язык, как и любой другой язык, претерпевает изменения. С появлением таких популярных социальных сетей, как 腾讯QQ (*téngxùn QQ*) и 新浪微博 (*xīnlàngwēibó*) (с 2009 г.), в китайско-язычную среду пришел 网络词 (*Wǎngluòcí*) ‘интернет-сленг’. Сленг в китайских социальных сетях часто носит название 火星文 (*huǒxīngwén*), что означает ‘марсианский язык’. И это вполне оправданное название, ведь интернет язык, в отличие от обычного языка, содержит множество различных символов: смайликов, цифр. Такой стиль написания иероглифов стал очень популярен среди интернет-молодежи, и обычному обывателю можно и вовсе не понять смысл написанного.

В настоящее время очень сложно классифицировать интернет-лексику, но на основе материалов, изученных при исследовании, можно выделить некоторые тенденции в развитии англицизмов (Семенас, 2007):

1) англицизмы, состоящие из китайских иероглифов, переведенные способом транслитерации: 拜拜 (*bàibai*) ‘пока’ (bye-bye); 嗨 (*hāi-hi*) ‘привет’;

2) англицизмы, с китайскими морфемами: hold住 – ‘терпеть; сносить; выносить; сдерживать’ (английское слово *hold* ‘терпеть’ + результирующая морфема 住, указывающая на возможность совершения действия).

Особый случай – употребление английской морфемы *out* (которая указывает на неосведомленность в чем-то).

关于这个新发明你不知道吗?你很out! – ‘разве ты не знаешь про это новое изобретение? Ты совсем отстал от жизни!’

3) буквенные слова 字母词 (*zìmǔcí*) ‘lettered-words’ – это слова китайского языка, записываемые либо полностью буквами иностранных алфавитов, либо с их участием: CD (compact disk) ‘компактный диск’; CEO ‘генеральный директор’; DOS (disk operating system) ‘дисковая операционная система’; MBA (от Master of Business Administration) ‘магистр делового администрирования’; NBA (от National Basketball Association) ‘Национальная баскетбольная ассоциация’ (США) (Сяобай Ли, Е. В. Полищук, 2016).

К этой категории мы также можем отнести англицизмы, вошедшие в китайский язык в полной буквенной записи:

BTW (By The Way) ‘кстати, между прочим’; call ‘звонить’; copy ‘копия’; free ‘свободный’; in ‘внутри’; kiss ‘целовать’; ok ‘есть!’; OMG (Oh My God) ‘Боже!’; party ‘прием гостей, званый вечер, вечеринка, тусовка’.

Китайский язык активно приспосабливается к новым условиям жизни, в нем появляется все большее количество англицизмов. Многочисленные англицизмы, проникающие в китайский язык, – явление закономерное, отражающее взаимоотношения Китая с другими странами. Таким образом, мы приходим к выводу, что основной причиной появления англицизмов в китайском языке является пополнение словарного состава словами, обозначающими новое понятие, новый предмет.

## А. Будюхина

### ЛЕКСИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ПРОСЬБЫ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

В турецком языке существует несколько лексических способов выражения просьбы. Они могут подразумевать как просьбу выполнить действие, так и просьбу не выполнять действие. Наше исследование направлено на выявление лексических способов выражения просьбы в разных контекстах.

К ядерным лексическим способам выражения просьбы относится слово *lütfen* ‘пожалуйста’, которое употребляется во множестве контекстов. Например, оно обозначает просьбу выполнить действие: *lütfen, sus* ‘пожалуйста, замолчи’.

Также в турецком языке используется слово *buyurun* ‘пожалуйста, угощайтесь’, которое выражает предложение к действию: *buyurun, çay, arkadaşlar!* ‘друзья, чай, угощайтесь пожалуйста’.

Для выражения вежливой просьбы повторить сказанное используется слово *efendim* ‘пожалуйста, повторите’: – *seni seviyorum!* – *efendim* ‘– я тебя люблю! – повтори, пожалуйста’.

В турецком языке существует множество лексических способов выражения просьбы не совершать действие.

Примером может послужить слово *nolur* в значении ‘умоляю’: *nolur, beni kovma* ‘пожалуйста, не прогоняй меня’.

Устойчивое выражение *aman derim* ‘прошу, не...’ также используется в качестве просьбы не выполнять действие: *evi satacamışın, aman derim!* ‘прошу, не продавай дом!’.

Например, турецкое выражение *aşk olsun* ‘пожалуйста, не делай’ выражает просьбу не совершать действие.

В свою очередь турки используют также выражения со словом *Allah*: *Allah aşkına* ‘ради Бога не ...’, *Allah rızası için* ‘ради Бога’.

*Allah aşkına* ‘ради Бога’ используется для выражения просьбы с упреком: *Allah aşkına uyar!* ‘ради Бога, не делай’.

В то время как одно из значений *Allah rızası için* ‘ради Бога’ – обращение за милостью.

Для русскоговорящих студентов, которые не являются мусульманами, употребление в речи слова *Allah* может считаться оскорблением. Но во избежание неловких ситуаций в некоторых контекстах позволительно использование слова *Tanrı* ‘Бог’.

## Е. Выборная

### СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ НАЗВАНИЙ БЛЮД БЕЛОРУССКОЙ КУХНИ НА КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Названия блюд белорусской кухни пришли в китайский язык путем заимствования, причем выделяют 5 основных способов образования лексических заимствований в китайском языке: 1) фонетический способ; 2) гибридный способ фонетически-семантического характера; 3) гибридный способ семантически-фонетического характера; 4) фонетическое заимствование + родовое слово; 5) семантический способ (Семенас, 2005; Лукьяненко, 2011).

В результате проведенного анализа 26 единиц, обозначающих названия блюд белорусской кухни, было выявлено, что заимствование осуществляется 2 способами: 1) фонетическим, например, 萨洛 (sàluò) ‘сало’ и т.д.; 2) семантическим, например, 土豆饼 (tǔdòubǐng) ‘драники’ и т.д. Из них 85 % слов переданы семантическим способом: 油渣 (yóuzhā) ‘шкварки’, 杂伴汤 (zábàntāng) ‘солянка’ и т.д.; 15 % слов – фонетическим способом: 克瓦斯 (kèwǎsī) ‘квас’, 马坎卡 (mǎkǎnkǎ) ‘мачанка’, 伏特加 (fútèjiā) ‘водка’ и т.д.

С точки зрения семантического способа заимствования названия блюд национальной кухни выделяют несколько типов: 1) «способ приготовления» + «основной ингредиент»; 2) «вкусовые качества блюда» + «основной ингредиент»; 3) «основной ингредиент» + «вспомогательные ингредиенты»; 4) «действие блюда» + «основной ингредиент». Дополнительно можно выделить еще 2 подтипа: «способ приготовления» + «основной ингредиент» + «форма основного ингредиента»; «вкусовые качества блюда» + «основной ингредиент» + «форма основного ингредиента» (Е. Д. Ковалев, И. Р. Кожевников, 2018). В результате анализа было выявлено, что 59,1 % названий блюд переводятся по типу «основной ингредиент» + «внешний вид блюда»: 土豆饼 (tǔdòubǐng) ‘драники’ (tǔdòu ‘картофель’, bǐng ‘лепешка’); 甜菜汤 (tiāncàitāng) ‘холодник’ (tiāncài ‘свекла’, tāng ‘суп’); 桦树汁液 (huàshùzhīyè) ‘березовый сок’ (huàshù ‘береза’, zhīyè ‘сок’) и т.д. По типу «основной ингредиент» + «способ приготовления» переведено 18,2 % названий блюд: 肉冻 (ròudòng) ‘холодец’ (ròu ‘мясо’, dòng ‘морозить’); 炖白菜 (dùnbaicài) ‘тушеная капуста’ (dùn ‘тушить’, báicài ‘капуста’) и т.д. 9,2 % названий блюд переводятся по типу «вкусовые качества» + «основной ингредиент»: 热蜜水

(rèmìshuǐ) ‘сбитень’ (rè ‘горячий’; mìshuǐ ‘медовый сироп’) и т.д. 4,5 % названий блюд – по типу «вкусовые качества» + «внешний вид блюда»: 甜羹 (tiángēng) ‘кисель’ (tián ‘сладкий’; gēng ‘суп, похлебка’) и т.д. Еще 4,5 % блюд – по типу «способ приготовления» + «посуда для приготовления»: 罐焖版 (guànmèn bǎn) ‘картофельная бабка’ (guàn ‘горшок’; mèn ‘томить, тушить’) и т.д. Остальные 4,5 % названий блюд переводятся по типу «основной ингредиент» + «способ приготовления» + «вспомогательный ингредиент»: 土豆馅肉饼 (tǔdòuxiànròubǐng) ‘картофельные зразы’ (tǔdòu ‘картофель’; xiàn ‘начинка’; ròubǐng ‘котлета’) и т.д.

Таким образом, большинство названий блюд белорусской кухни заимствуются китайским языком семантическим способом, причем по типу «основной ингредиент» + «внешний вид блюда».

## А. Горшкова

### ПОЛОЖЕНИЕ ЖЕНЩИН В САУДОВСКОЙ АРАВИИ

Согласно религиозным и культурным обычаям в Саудовской Аравии женщины имеют значительно меньше прав, чем мужчины: в международных рейтингах равноправия королевство обычно занимает последние места. Показания женщины в суде считаются менее весомыми, чем мужчин, они не могут работать вместе с мужчинами, да и просто находиться с ними в одном общественном пространстве, если это не больница или банк. Не поощряется, если женщина выходит на улицу одна, а не в сопровождении подруг или близких мужчин – супруга или братьев.

Согласно общественному укладу, у каждой женщины существует опекун – отец, брат или муж, который принимает за нее важные решения. Опекун может выступать сын. К примеру, свидетельство о браке подписывает не женщина, а ее опекун, без решения мужчины женщинам нельзя получить загранпаспорт, поехать за рубеж или на учебу, снять квартиру и многое другое.

Женщины могут учиться в университете, но есть ограничения: первое – разрешение опекуна, второе – сложность устроиться потом на работу. Очень мало женщин работают: 17 % от общего числа.

Права женщин защищает брачный договор, нарушив который мужчина несет ответственность, и наказания за правонарушения против женщин зачастую гораздо более строгие, чем в других государствах. Причем касаться они могут не только таких вопиющих фактов, как рукоприкладство, например, но и плохого отношения или даже не обеспечения достойных условий жизни.

Женщина не может воспользоваться общественным транспортом. Единственный разрешенный транспорт – поезд. Но и тут есть исключение – отдельный женский вагон. Такси брать можно, но ездить нужно с личным водителем или опекуном.

Женщины в Саудовской Аравии получили право на вождение автомобиля в 2017 году, им также разрешили водить мотоциклы и грузовики.

Высшие религиозные власти Саудовской Аравии запретили выдавать женщин замуж против их желания, заявив, что браки по принуждению противоречат исламскому праву и что заставлять женщин выходить замуж за того, кто ей не по нраву, запрещать ей выходить замуж за того, кого она выбрала, недопустимо.

Саудовские женщины, считаем, находятся в безопасности и не испытывают чувства зависти к европейским женщинам, последние ужасаются, что вынуждены постоянно быть на виду у других людей, не имея возможности спрятать лицо и тело.

## А. Гусаков

### АТМОСФЕРА КИТАЙСКОГО ИНТЕРНЕТА: СОКРАЩЕНИЯ В ЧАТАХ

Сокращение слов в китайских чатах осуществляется на базе использования фонетического алфавита пининь, то есть остаются только инициалы слогов слова, образуя не свойственные ранее китайскому языку буквенные слова, например:

- 1) SG вместо 帅哥 (shuàigē) (букв. ‘красивый мужчина’) ‘красавчик’;
- 2) ZT вместо 转帖 (zhuǎntiē) ‘репост, пересылка сообщения’;
- 3) TX вместо 同学 (tóngxué) ‘одноклассник, одноклассник’ (А. Н. Сбоев, 2015).

Для ускорения процесса ввода пиньинем сокращаются и часто встречающиеся разговорные выражения, а также устойчивые словосочетания:

1. PF вместо 佩服 (pèifú) (буквально ‘восхищаться’) ‘респект’;
2. YYXX вместо 衣衣鞋鞋 (yīyī xiéxié) ‘одежда и обувь’;
3. VXCM вместо 冰雪聪明 (bīngxuěcōngmíng) ‘умный’ (А. В. Кислов, 2017; Е. Н. Колпачкова, 2017).

Также для сокращения слов в китайском интернет-языке применяются цифры. Благодаря созвучию, они, сочетаясь вместе, обретают определённый смысл. При этом исчезает их числовое значение. Так образуются цифровые слова. Цифры получают новое значение, так как их произношение совпадает или сходно с произношением какого-либо слова. Слова, записанные цифрами, обладают большой омонимичностью, так как количество цифр очень ограничено. Одна цифра, помимо своего цифрового значения, может обозначать сразу несколько слов:

- 一 (yāo / yī) 要 (yào) ‘нужно’, 意 (yì) ‘значение, смысл’;
- 二 爱 (ài) ‘любить’, 啊 (a) ‘частица’, 饿 (è) ‘голодный’;
- 三 想 (xiǎng) ‘хотеть, скучать, думать’, 生 (shēng) ‘рождаться’, 神 (shén) ‘дух’ 相 (xiāng) ‘обоюдный, взаимный’;
- 四 是 (shì) ‘есть, являться’, 死 (sǐ) ‘умереть’;
- 五 我

(wǒ) ‘я’, 呜 (wū) ‘звукоподражание плачу’, 晚 (wǎn) ‘вечер, поздний’; • 六 啦 (la) ‘час-тица’, 聊 (liáo) ‘разговаривать’, 了 (le) ‘частица’; • 七 吃 (chī) ‘есть, кушать’, 请 (qǐng) ‘просить, приглашать’; • 八 抱 (bào) ‘обнимать’, 发 (fā) ‘выпускать, отправлять’, 吧 (ba) ‘частица’, 不 (bù) ‘нет, не’; • 九 就 (jiù) ‘сразу’, 走 (zǒu) ‘идти, уходить’; • 零 你 (nǐ) ‘ты’ (А. Н. Сбоев, 2015).

Также цифрами может быть записана и целая фраза, например:

▪ 520 我爱你 (wǒ ài nǐ) ‘я люблю тебя’;

▪ 596 我走了 (wǒ zǒu le) ‘я ушел’;

▪ 1799 起走走 (yìqǐ zǒu zou) ‘пойдем вместе’ (А. В. Кислов, 2017; Е. Н. Колпачкова, 2017).

Таким образом, можно отметить, что китайские интернет-пользователи активно используют буквенные и цифровые сокращения для ускорения процесса ввода.

## В. Иванова

### ПЕРЕВОД БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ЛЕКСИКИ, ОТНОСЯЩЕЙСЯ К СЕМАНТИЧЕСКОМУ ПОЛЮ «ЧЕЛОВЕК», В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ (на материале китайского языка)

Публицистический стиль – один из функциональных стилей речи. Он широко представлен на страницах журналов и газет, в материалах теле- и радиожурналистики, на митингах и собраниях. У данного стиля существуют свои лексические и синтаксические особенности. Одной из них является наличие безэквивалентной лексики, при переводе которой необходимо не только передать значение данной единицы, но и отразить основные характеристики стиля. Мы провели анализ перевода 100 предложений с безэквивалентными единицами с китайского на русский язык и пришли к следующим выводам:

1) поскольку одной из главных характеристик текстов публицистического стиля является доступность и простота, возникает необходимость использования небольших по объему предложений и общеупотребительной лексики. Таким образом, в публицистическом стиле возможно употребление приема генерализации, к примеру: 第五代导演为电景创作注入活力 ‘Выпускники режиссерского факультета Пекинского театрального института оживили создание фильмов’. 中国国企一把手如此评价转业军人. ‘Первое лицо государственного предприятия Китая оценивает ветеранов военной службы’.

2) рекламность заголовков может быть достигнута с помощью описательного перевода, который предоставляет большое количество подробностей о персонаже новостной сводки: 重庆巫山童养媳:12岁那年我被卖了4000元 ‘Девочка, взятая в дом будущего мужа в Ушань, Чунцин:

«В 12 лет меня продали за 4000 юаней». “*电视红娘*”倪琳南京发话: 传媒人要有坚持  
‘Ведущая программы службы знакомств Нилинь Наньцзин: «Работникам СМИ необходимо проявлять упорство»’.

3) для достоверности информации в публицистическом стиле часто употребляются имена собственные и должности, выраженные безэквивалентными единицами. Чаще всего они являются лакунами: в нашей культуре эти должности также существуют, однако не имеют однословного названия, поэтому при переводе лучше использовать описательный перевод. Если же такую должность можно встретить только в Китае, то кроме описательного перевода, возможно использование приема транскрипции/транслитерации: *距今近千年的宋代兵部尚书李乔木墓被盗* ‘Гробница шаншу династии Сун Ли Цяому была ограблена почти тысячу лет назад!’  
*澳门赌业大姐大司徒玉莹控告5车主* ‘Сыту Юйлян, женщина-главарь азартной отрасли города Макао, предъявила иск 5 владельцам автомобилей’.

## К. Кастрицкая

### ОБРАЗ ЛУНЫ В КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

В культуре Китая Луна играет большую роль. Издавна в мифологии использовались лунарные и солярные образы и сюжеты для объяснения процесса сотворения мира. Также самые главные, важные праздники определяются по лунному и солнечному календарю, тем самым регулируя жизнь китайского народа. В поэзии Луна является частотным образом, который ассоциируется с женским началом, красотой, тьмой, чувствами, энергией Инь (Кравцова, 1999, 2001).

В любом языке мира имеется графическая составляющая, в которой также можно проследить отражение системы ценностей лингвокультурной общности. Главной задачей исследования является выделение семантических полей слов, состоящих из одного или двух иероглифов, в состав которых входит графема 月 ‘луна’ и определение влияния данного радикала на общий смысл лексической единицы (Токарев, 2009).

В качестве материала исследования были отобраны 74 слова. При анализе лексических единиц были условно выделены следующие семантические поля: 1) понимание: 朦朦 *tóngméng* ‘жить в невежестве’; 朗 *lǎng* ‘четкий (понятный)’; 明经 *míngjīng* ‘постигнуть смысл’; 望羊 *wàngyáng* ‘предвидение’; 癡 *zōng* ‘безумие’ и т.д.; 2) превосходство: 朝 *cháo* ‘правление’; 明旌 *míngjīng* ‘выставить для восхваления’; 服贴 *fútiē* ‘покориться’; 服事 *fúshì* ‘выполнять приказы’; 服气 *fúqì* ‘проявить покорность’; 服众 *fúzhòng* ‘покорить толпу’; 服输 *fúshū* ‘признать себя побежденным’ и т.д.; 3) надежда: 朝向 *cháoxiàng* ‘быть устремленным’; 期望 *qīwàng* ‘надеяться’; 望 *wàng* ‘чаять’; 期 *qī* ‘ожидать’; 望望 *wàngwàng* ‘разочарованный’; 望外 *wàngwài* ‘сверх ожидания’ и т.д.; 4) духовность: 朝圣 *cháoshèng* ‘паломничать’; 朝山 *cháoshān* ‘поклонение духам гор и рек’; 朝拜 *cháobài* ‘поклоняться божеству’;

5) восхищение: 望羊 wàngyáng ‘смотреть на чужое совершенством’; 望云 wàngyún ‘восхищаться чьим-либо совершенством’; 明媚 míngmèi ‘чарующий (пленительный)’; 6) духовная близость: 朋 péng ‘близкий по духу’; 朋从 péngcóng ‘присоединяться к себе подобным’; 朋友 péngyou ‘любимый(ая) парень/девушка’; 7) обман: 朦 méng ‘вводить в заблуждение’; 朦混 ménghùn ‘обманывать’.

В порядке убывания количества исследуемых единиц в каждой группе семантические поля были распределены следующим образом: 1) понимание (26 слов, или 35,13 %); 2) превосходство (20 слов, или 27,03 %); 3) надежда (15 слов, или 20,27 %); 4) духовность (5 слов, или 6,75 %); 5) восхищение (3 слова, или 4,05 %); 6) духовная близость (3 слова, или 4,05 %); 7) обман (2 слова, или 2,70 %). В данных семантических полях действительно существует связь с душевными ощущениями и переживаниями, таким образом подтверждается гипотеза о том, что Луна связана с чувственной стороной нашей жизни, это также смогло найти отражение в графике китайского языка.

## Е. Клешняк

### ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА И ПРОБЛЕМЫ АРАБИЗАЦИИ

С обретением независимости перед арабскими народами, наряду с проблемами достижения политической независимости и экономической самостоятельности, встали вопросы культурного возрождения, решение которых было призвано помочь развить собственный материальный и духовный потенциал арабских стран. Традиционно арабизация – усвоение другой культурой черт и особенностей арабской культуры. В рамках доклада рассматривается процесс арабизации и языковой политики в арабских странах.

Языковая политика — совокупность идеологических принципов и практических мероприятий по решению языковых проблем в государстве.

Особую актуальность приобретают ликвидация неграмотности, повышение социально-культурного уровня, восстановление функционирования арабского языка во всех сферах жизни. Идеи арабизации получили признание во всех арабских странах. При определении политики каждая страна руководствуется необходимостью поддержания общеарабского единства, что признается одной из специфических особенностей арабизации. Стоит отметить, что законодательно закреплялось использование арабского литературного языка. Однако в повседневной речи каждой страны он претерпел изменения, вплоть до непонимания между представителями двух разных стран.

Обычно выделяют три этапа языковой политики:

1) формирование целей и задач языковой политики (разработка государственной концепции этнополитики).

2) подготовка к введению оптимального лингвистического варианта, его узаконивания (принятие законов, проведение исследований).

3) усилия материально-финансового характера, чтобы убедить говорящих принять нововведения (полностью, частично или не принимать).

Степень принятия позволяет оценивать эффективность и перспективность политики, а также прогнозировать языковое развитие в регионе.

Например, после обретения Алжиром независимости власти перестали признавать язык берберов, большинства населения страны, официальным, и выпустили закон, запретивший использование французского и берберского языков. Нарушение закона – наложение штрафа. В результате – резкий протест и недовольство коренного населения Алжира. Но местный диалект арабского языка уже аккумулялировал часть французской лексики.

Данная ситуация нетипична, но наглядно демонстрирует приоритетность возрождения арабского языка. Так, например, в Тунисе власти проводят политику по одинаковому развитию обоих языков.

Эффективность и успешность арабизации объясняется тем, что исходит из потребностей населения, имеет целью поднять образовательный уровень населения и обеспечить единство арабского литературного языка, духовного единства всех арабских народов.

## Е. Кондратович

### ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОЙ РЕКЛАМЫ (на примере использования омофонов)

В китайской рекламе выделяется несколько типов ритмико-композиционных особенностей: эхо-рифма, корневая рифма, тавтологическая рифма, омонимическая рифма.

В данной статье будет исследован феномен омонимической рифмы (способ подмены одинаково звучащих выражений путем добавления к ним другого смысла) ввиду актуальности данного аспекта в китайской рекламе.

Так, предложение из лозунга сотового оператора China unicom 中国联通 – 我们经常谈话 (*wǒmen cháng tánhuà*) переводится как ‘мы часто болтаем’. Здесь 常 (*cháng*) ‘часто’ было заменено на 长 (*cháng*) ‘долго’. Эта реклама выражает качество связи: удобный тариф, при котором разговоры не ограничиваются по времени (К. А. Тырлунова, 2018).

Омонимическая рифма также имеет место тогда, когда в качестве рифмующихся единиц используются омонимичные слова: 不同的裤, 相同的酷 ‘Неодинаковые брюки, одинаковая страсть’ (Джинсы Levi’s). Омонимы 裤 ‘брюки’ и 酷 от англ. ‘cool’ рифмуются, образуя семантическую зависимость друг от друга. Также такая рифма создает юмористический эффект (Е. М. Гирняк, 2010). Одним из известнейших логотипов China Unicom сегодня является 精彩的沃 – перевод ‘Эффектный Vau’. В данном лого 我 ‘я’ было заменено на 沃 ‘vau’, первоначальное значение ‘Яркий я’.

В рекламе принтера марки Epson также употреблен омонимический слоган. Первоначальная связка выражений 百闻不如一见, 不打不相识 ‘лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать; без драки друг друга не узнаешь’ в рекламе 百闻不如一键, 不打不相识 обретает значение ‘лучше один раз нажать на кнопку, чем сто раз услышать об этом, не нажмешь – не узнаешь’.

Еще одним языковым средством, характерным для такого рода рекламы, является использование китайских фразеологизмов. Они имеют сжатую форму, но обладают глубоким смысловым содержанием и большой силой художественного воздействия, а также отражают реалии китайской действительности. Так, они активно употребляются в названии магазинов для привлечения клиентов: 八仙过海 ‘каждый проявляет свои способности’ становится 八鲜过海, где значение 鲜 ‘свежий’ (магазин морской еды); 我行我素 ‘поступать по-своему’ – 我行我宿, 宿 ‘останавливаться на ночлег’ (сеть отелей), 彬彬有礼 ‘вежливый, с изысканными манерами’ – 冰冰有礼 冰 ‘лед, мороженный’ (реклама мороженого); 默默无闻 ‘безызвестный’ – 默默无蚊, 蚊 ‘комар’ (реклама прибора от комаров) 一步到位 ‘одним махом, в один шаг’ – 一步到胃, 胃 ‘желудок’ (медикамент для желудка).

При анализе слоганов с использованием омонимов была выделена общая характеристика для рекламных слоганов и магазинных вывесок – ритмической характеристикой в большинстве является наличие 4 иероглифов в составе, так как они лаконичны, практичны, имеют часто культурно-историческую основу (ченьюй).

## Е. Летко

### ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕАЛИЙ В РОМАНЕ Р. Н. ГЮНТЕКИНА «ПТИЧКА ПЕВЧАЯ»

Реалии – пласт безэквивалентной лексики, отражающий национальные особенности и колорит определенного региона. Реалии обозначают понятия и объекты быта, культуры, социального и исторического развития, являющиеся уникальными для одной культуры и чужими для другой. На сегодняшний день единая классификация реалий отсутствует. В основу нашего исследования положена классификация, предложенная С. Влаховым и С. Флориным.

В ходе исследования в произведении «Птичка певчая» методом сплошной выборки было выявлено 160 реалий, которые на основе семантического признака были классифицированы на три больших класса: географические реалии, этнографические реалии и общественно-политические реалии. В романе наиболее частотно употребляются этнографические реалии – 83 %; общественно-политические реалии – 13 %, географические реалии – 4 %.

Этнографические реалии. «Культура и искусство» – наиболее обширный подкласс класса этнографических реалий – 55 %. Автор романа в наибольшей мере раскрывает именно культурные особенности Османской империи:

*köçek* ‘турецкий танцовщик, специально переодетый в женщину’; *tambur* ‘струнно-щипковый музыкальный инструмент, распространенный на Востоке’; *Şahmeran* ‘королева змей и хранительница мудрости’; *Azrail* ‘ангел смерти в исламе’; *cerr* ‘подаяние, собираемое во время Рамадана’. Самая обширная группа реалий культуры и искусства – «культы-служители и последователи». Наиболее часто встречаемый компонент данной группы – реалия «Allah». Это еще раз доказывает, что религия в Турции начала XX века имела огромное значение в жизни турецкого народа и охватывала все сферы жизни общества.

Около 36 % лексики приходится на долю бытовых реалий: *simit* ‘бублик с кунжутом, распространенный в Турции’; *nalin* ‘банные деревянные сандали на высокой подошве’; *mintan* ‘мужская рубашка без воротника, род камзола с рукавами’. Около 4 % – реалии труда: *hamal* ‘профессия носильщика на Ближнем Востоке’; *düven* ‘приспособление, предназначенное для отделения зерна от стебля различных с/х культур’, 3 % – реалии, называющие этнические объекты: *Madam* ‘замужняя женщина в Турции, не являющаяся мусульманкой’, 2 % – реалии мер и денег: *mecidiye* ‘серебряная монета в 20 курушей в период Османской империи’. Примерами общественно-политических реалий, отобранных из романа, являются: *vilayet* ‘основная административно-территориальная единица в Турции’; *mabeyinci* ‘служащий в Османской империи, в обязанности которого входило передавать приказы падишаха и доносить до его сведения просьбы определенных людей’; *rüştiye* ‘первые четыре класса средней школы султанской Турции’.

## И. Лобан

### ОСОБЕННОСТИ ФОНЕТИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ АНГЛИЦИЗМОВ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗМОВ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Одной из основных особенностей фонетики турецкого языка является закон гармонии гласных, согласно которому гласные в рамках одного слова уподобляются, как правило, корневому гласному по одному или нескольким фонетическим признакам, таким, как ряд, подъем (открытость) или огубленность. Данная особенность в значительной степени влияет на процесс фонетической адаптации заимствованных слов в турецком языке. Одновременно учитывается следующая типологическая характеристика турецкого языка, как агглютинативного, – отсутствие сочетаний двух или более гласных или согласных в слого.

Как показал анализ английских заимствований и интернационализмов, отобранных из словаря *Büyük Türkçe Sözlük*, в турецком языке используются следующие способы адаптации:

1. Элизия – из заимствованного слова полностью убирается звук, который не соответствует нормам принимающего языка. Например, слово *sport* ‘спорт’ перешло в турецкий язык английского как *spor*, потеряв при этом согласный [t].

2. Эпентеза – в заимствуемое слово вставляется звук или буква, что делает слово более легким для произнесения. Например, слово *graffiti* ‘граффити’ пришло в турецкий язык из английского. Тогда как английская фонология и структура слога позволяет без особых трудностей поставить сочетание звуков [gr], для носителей турецкого языка оно является сложным для произнесения без предварительной адаптации. Таким образом, это сочетание «разбивается» при помощи гласного звука и произносится [gɯɑfɯti]. То же самое можно наблюдать в таких интернационализмах, как *tren* ‘поезд’, *tractör* ‘трактор’ и *spor*, которые в турецком языке будут произноситься [tiren], [tɯɾɑctör] и [sɯɾɔɾ] соответственно, хотя эти изменения не отражаются на письме.

3. Замена – отсутствующие в принимающем языке фонемы заменяются аналогами. Например, слово *twist* ‘твист’ было адаптировано как *tvist*, при этом звук [w] был заменен на [v], что нашло отражение и на письме.

В некоторых случаях отмечается несколько способов фонетической адаптации. Например, слово *tren*, в котором присутствует как эпентеза (вставляется звук [i]), так и замена (дифтонг [ei] замещается на монофтонг [e], так как в турецком языке отмечаются только монофтонги).

Таким образом, в процесс заимствования слов входит не только фактическое перемещение лексических единиц из одного языка в другой, но и их адаптация к системе принимающего языка в соответствии с его типологическими характеристиками на фонетическом уровне. При этом в отдельных словах используются несколько способов адаптации.

## Е. Ложечник

### СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ В СИРИИ

До получения политической независимости подавляющее большинство населения (около 90 %) было неграмотно. К 1950 году начальное образование в Сирии стало бесплатным, была начата арабизация учебных программ, т.е. обеспечение их соответствия особенностям жизни страны и языку населения. Однако модель народного образования в Сирии вплоть до настоящего времени почти полностью копирует французскую систему.

В Сирии государство уделяет большое внимание народному образованию, на нужды которого каждый год расходуется 13 % национального бюджета.

Как и во всех европейских и центрально азиатских странах, образование в Сирии имеет следующие ступени:

- Начальное образование (начиная с 6–7 лет);
- Среднее специальное образование (с 16 лет);
- Высшее образование (с 18 лет).

При этом необходимо отметить, что только первая ступень, то есть начальное образование, считается обязательным в Сирии. Оно, в свою очередь, включает 2 этапа – начальная школа и старшие классы.

До 1969 года (потом было расформирование) школа делилась на 3 части: начальная (1–6 класс), средняя (7–9 класс), старшая (10–12 класс).

Обязательным было только обучение в 6 классах. Также для перехода из начальной школы в среднюю необходимо было сдать Общий национальный экзамен. Максимальная отметка была 300 баллов, а проходной балл – 40 % от 300.

После 9 класса также существовал экзамен для перехода в старшую школу. В 10 классе преподавались все предметы, а уже в 11, 12 классах учащиеся выбирали себе одну специализацию из двух (гуманитарные науки или прикладные).

После окончания школы, в 16 лет, каждому ученику выдается специальный Сертификат, подтверждающий наличие у него начального образования. После окончания 9-го класса ученики сдают национальный экзамен на получение сертификата об окончании основного образования.

Среднее образование – обучение 3 года. Учащиеся могут выбрать либо его общеобразовательную, либо техническую ветвь, хотя поступление на эту ступень является селективным и основано на результатах национального экзамена на получение сертификата об окончании основного образования.

Для поступления в высшие учебные заведения университетского уровня необходим сертификат о среднем образовании. Претенденты должны иметь хорошие отметки, чтобы быть принятыми на конкурсной основе в высшие учебные заведения, поскольку прием является сильно ограниченным, особенно на специальности, связанные со стоматологией, медициной и инженерным делом, которые требуют очень высоких оценок и хорошо подготовленных абитуриентов.

В школьном образовании Сирии принята процентная система отметок. Минимальной проходной отметкой для всех предметов кроме арабского языка является 40 %, для арабского языка – 50 %.

Таким образом, Сирийская система образования очень многогранна. Она позаимствовала очень много от Франции, но и привнесла достаточно собственного, что позволило данной системе образования стать одной из самых успешных среди арабских стран.

## **А. Ломоносова**

### **НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА КУЛИНАРОНИМОВ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Пищевые предпочтения людей отражают их привычки и образ жизни и, как следствие, культурные, социальные, экономические, политические и религиозные особенности среды, в которой они находятся (Г. М. Боваева и А. В. Олянич, 2013), что в свою очередь запечатлено в гастрономической языковой картине мира.

Как показал анализ кулинаронимов, отобранных с турецкого сайта *sabah.com.tr*, в котором представлены национальные турецкие блюда, в их названии можно отметить определенные компоненты, позволяющие обозначить не только состав блюда, но и некоторые особенности страны.

Так, в названии отдельных блюд встречаются традиционные для любой национальной кухни компоненты:

– продукты, использованные при приготовлении: *Etli dolma* ‘перец фаршированный мясом’, где *etli* ‘с мясом’. *Mercimekli köfte* ‘чечевичная котлета’ (*mercimekli* ‘с чечевицей’), *tavuklu mantı* ‘манты с курицей’ (*tavuklu* ‘с курицей’), *ovmaç çorbası* ‘суп с клецками’ (*ovmaç* ‘клецки’), *lahana dolması* ‘голубцы’ (*lahana* ‘капуста’).

– посуда, в которой готовят блюдо: *sağan kebabı* ‘сахан кебаб’ (*sağan* ‘медная миска’), *tava çöreği* ‘жареная булочка’ (*tava* ‘сковорода’).

Вместе с тем ряд кулинаронимов содержит компонент, который отражает культурные и религиозные особенности страны.

В первую очередь стоит отметить, что для Турции большую роль играет религия, что, безусловно, отразилось в турецкой гастрономической картине. Так, одним из важнейших религиозных праздников является Рамазан, это выразилось в названиях блюд, которые подаются во время торжества: *Ramadan Pidesi* ‘Рамазан пиде’, *Ramadan kebabı* ‘Рамазан кебаб’.

Названия могут отражать имя человека, в честь которого было названо блюдо: *Abdigör köftesi* ‘котлета Абдипаши’ (в XVII веке жил Абдипаша, который ослеп и у него были проблемы с пищеварением, поэтому повара готовили для него специальное блюдо, которое затем назвали в его честь, где *Abdi* – имя собственное, старотурецкое *gör* > *kör* ‘слепой’).

Кроме того, названия блюд передают место происхождения блюда: *Amasra salatası* ‘салат Амасра’, *Burdur şiş* ‘мясо по-бурдурски’, *İnegöl köfte* ‘фрикадельки по-инегельски’.

Таким образом, можно сказать, что названия турецких национальных блюд неразрывно связаны с социумом, что находит отражение в использовании в кулинаронимах как универсальных для любой гастрономической картины компонентов (продукт, посуда), так и национально обусловленных компонентов (место происхождения блюда, человек, в честь которого оно было названо, религиозные особенности страны).

## **А. Манкевич**

### **УЧЕНИЕ О ЯЗЫКОВЫХ КАТЕГОРИЯХ В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ТРАДИЦИИ**

Изучение китайского языка насчитывает более 2000 лет. Проследив историю любой науки, можно увидеть, что развитие научной теории невозможно без фиксации знаний и передачи их из поколения в поколение, поэтому способы систематизации китайских языковых знаков необходимо описывать с зарождения иероглифической письменности.

История китайской письменности начинается с Бронзового века, когда Китаем правила династия Шан-Инь. К тому времени относятся иньские письмена, которые считаются прообразом современных логограмм. Тогда же в китайском языке появились и первые классификаторы – то, что сегодня мы называем «счетными словами». Одна из причин их возникновения заключалась в том, что уже тогда глоттогоническое ядро распалось на тайгены и ёгены. Классификаторов в китайском языке было достаточно много при династиях Шан-Инь и Чжоу, а к началу нашей эры система числовых счетных знаков окончательно сформировалась.

В тот период основными объектами изучения были иероглифы, слова и звуки, и если в западном языкознании древних лет большое внимание уделялось разграничению частей речи, то китайские ученые работали над классификацией фонетических единиц. Так, еще до нашей эры китайские лингвисты выделили инициали и финали, что позволило добиться определенных успехов в исследовании поэзии, прежде всего, ритма и стихосложения.

Изучение поэзии и риторики оказало влияние на развитие учения об основных компонентах предложения. В эпоху династии Цинь появились термины *дунцзы* и *цзинцзы*, которые рассматривались как обязательная часть любого предложения: при комбинировании только лишь имен невозможно сформировать предложение. Морфемы с признаковым значением – то, что мы сегодня называем егенами, под именами подразумеваются, главным образом, тайгены.

В 1922 г. Цзинь Чжаоцзы предложил парадигму языковых знаков, состоящую из слов-субстанций *тицзы* и слов-атрибутов *сянцзы*. Такое деление частей речи соответствовало смысловому содержанию слов, а не их грамматическим свойствам. Знаки класса имен (тицзы) выступают в роли подлежащего, дополнения, обстоятельства, в то время как знаки класса признаков (сянцзы) – в роли сказуемого и определения.

История развития принятой в комбинаторной семантике теории частей языка насчитывает несколько веков. На протяжении всех этих лет ученые совершенствовали способ категоризации множеств языковых знаков, в результате чего сегодня у нас есть инструмент для проведения типологических исследований как флективных, так и изолирующих языков.

**Ю. Медведев**

## СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ЧАСТИЦЫ *ZATEN* В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Частицы – слова, которые не несут смысла сами по себе, а служат для уточнения, усиления значений других слов, групп слов или предложений. Изучение структурно-семантических особенностей частиц является важным этапом в овладении иностранным языком. На материале турецкого языка особый интерес представляет рассмотрение частицы *zaten*, которая может

употребляться в начале, середине или конце предложения и иметь усилительную, уточняющую, а также противительную функцию. В случаях, когда данная частица имеет уточняющую функцию, то она по смыслу соответствует русским оборотам: *именно, как раз, прямо, точь-в-точь*. Для усилительной функции это: *даже, ни, же, ведь, уж, всё-таки, всё*. Для противительной функции: *а, но, зато, однако, все же*. Данное исследование направлено на выявление корреляции между значением *zaten* и его положением в предложениях современного турецкого языка. Материалом для изучения выступили 200 твитов, отобранных из интернет-платформы Twitter (twitter.com).

Проведенное исследование показало, что в случаях, когда частица *zaten* стоит в начале предложения, она чаще всего имеет усилительную функцию. Например, *Zaten inancı kalmamış mutlu sonlara* 'Нет уже веры в счастливый конец'. Тут говорящий не просто говорит о факте отсутствия у него веры в счастливый конец, а намекает, что он дошел до того критического момента, когда верить во что-то не остается сил.

Подобную ситуацию мы наблюдаем в случаях, если частица стоит в середине предложения. Например, *sen bilmezsin, zaten ben de bilmek istemezdim...* 'Ты не знаешь, а я и не хотел знать...'. В данном примере говорящий использует *zaten* в усилительной функции, чтобы показать, что не только слушающий не владеет определенной информацией, но и говорящий не имеет о ней представления, более того, она даже не интересна говорящему.

В случае, если данная частица находится в конце предложения, то чаще всего она имеет уточняющую функцию. Например, *seni benden alan kadere teşekkür ederim bıkıştım zaten senden*. 'Спасибо судьбе за то, что отняла тебя у меня, так как я уже устал от тебя'. Тут говорящий поясняет, почему он благодарен судьбе, а именно потому, что устал от ушедшего из его жизни человека.

Данное исследование показало, что корреляция между положением частицы *zaten* и его значением отсутствует. При этом основной для частицы *zaten* является усилительная функция, она встречается в 132 предложениях. Противительная функция встречалась в 29 предложениях. Уточняющая – в 49 предложениях.

## А. Петрова

### СОВМЕСТНАЯ ВСТРЕЧАЕМОСТЬ ЁГЕНОВ ИНКОРПОРАТИВНОГО КОМПЛЕКСА И МОДАЛЬНЫХ ЧАСТИЦ

Инкорпоративный комплекс – синтаксическое целое, образованное вследствие объединения двух и более знаков, обладающих подвижностью и обособленными лексическими значениями. Инкорпоративный комплекс в своей структуре имеет три компонента: актуализатор (переменный ёген первой степени), модификатор-актуализатор и модификатор.

Ранее нами уже были выявлены некоторые закономерности комбинирования компонентов внутри инкорпоративного комплекса, поэтому появилась необходимость исследовать его способность сочетаться с другими элементами языка – модальными частицами 啊, 呀, 呢, 了 и 啦. С целью проведения исследования мы обратились к лингвистическому корпусу китайского языка, а также использовали условное разделение исследуемых нами комбинаций на 2 группы в зависимости от частоты их употребления: регулярные (постоянно используемые в речи) и фрагментарные (комбинации, содержащие неполную вариативность). Комбинации, отнесенные к определенной группе употребления, были проанализированы на предмет частоты встречаемости модальных частиц с ёгенами инкорпоративных комплексов. Комбинаторика ёгенов группы регулярного употребления с модальными частицами представлена достаточно объемно, однако показатели по группе фрагментарного употребления продемонстрировали резкое снижение количества комбинаций по сравнению с регулярно употребляемыми.

Таким образом, нам удалось установить, что модальные частицы ранжируются в зависимости от частоты их встречаемости с ёгенами инкорпоративного комплекса следующим образом: 呀 → 啦 → 啊 → 呢 → 了. Факт доминирования комбинаций с модальной частицей 了 объясняется тем, что по своей природе инкорпоративный комплекс ёгенов является результативным, то есть предполагает завершенность процесса, а одним из основных значений модальной частицы 了 является изменение ситуации, появление нового результата. Относительно модальных частиц 啊, 呀, 呢 и 啦, встречаемость с которыми ограничена, считаем логичным предположить, что фрагментарность сочетаний может быть связана с таким явлением, как звуко-символизм. Эти предположения подтверждают недостаточную степень изученности инкорпоративного комплекса и подчеркивают его уникальность. Помимо этого, в очередной раз становится очевидной практическая значимость изучения данного синтаксического целого, а также открываются новые перспективы исследования закономерностей функционирования инкорпоративного комплекса ёгенов.

## **А. Пинчук**

### **СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАИМЕНОВАНИЙ БЛЮД В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

У каждой нации существует особая гастрономическая языковая картина мира, которая отображает пристрастия и предпочтения к тому или иному блюду. Частью данной картины являются кулинаронимы, которые представляют собой номинации знаков, связанных с приготовлением и подачей пищи, а также их названий.

Как показал анализ названий блюд из меню ресторана «Юшан», в названиях используются иероглифы, имеющие семантические характеристики, которые указывают на:

– способ приготовления продукта ( *酱爆鸡胗* ‘тушеные желудки’ содержит *爆* ‘слегка отваривать’, *水煮肉片* ‘отварное мясо в остром соусе’ – *煮* ‘варить’, *明炉烤鱼* ‘запеченная рыба на мармите’ – *烤* ‘печь’);

– особый способ обработки пищевого сырья (*泡椒凤爪* ‘маринованные куриные лапки’ содержит *腌泡* ‘мариновать’, *老醋花生* ‘арахис в уксусе’ – *老陈醋* ‘выдержанный уксус’);

– вкусовые характеристики блюда (*爽口瓜条* ‘малосольный огурец’ содержит *爽口* ‘приятный (на вкус)’, *酸辣蕨根粉* ‘фунчоза из корня папоротника’ – *酸* ‘кислый’, *辣* ‘острый’, *糖醋鸡柳* ‘филе курицы в кисло-сладком соусе’ – *糖* ‘сахар’, *醋* ‘уксус’);

– густальные свойства блюда (*椒麻鸡* ‘острая курица с душистым перцем’ содержит *麻* ‘жгучий’, *孜然羊肉* ‘пряная баранина (2 перца)’ – *孜然* ‘тмин’);

– использованные в процессе приготовления продукты (*海鲜什锦* ‘морепродукты в остром соусе’ содержит *海鲜* ‘морепродукты’, *羊肉什锦* ‘баранина в остром соусе’ – *羊肉* ‘баранина’).

Ряд названий блюд невозможно отнести к какому-либо из типов, так как ни один из компонентов не представляет обозначенные выше свойства. Например, *夫妻肺片* ‘ассорти из говядины (2 перца)’ состоит из *夫妻* ‘супруги’, *肺* ‘легкое’, *片* ‘кусочек’. Блюдо получило свое название в честь пары, которая его искусно готовила. Или *老虎杠子鸡* ‘тушеная курица с хлебцами (3 перца)’ композиционно представлено *老虎* ‘тигр’, *杠子* ‘шест’, *鸡* ‘фазан’ (контаминация от *雉鸡*). Наименование берет свое происхождение из легенды, где больная мать была вылечена мясом фазана, которое добыл ее сын, убив тигра шестом.

Таким образом, кулинаронимы в китайском языке обладают как универсальными, так и этнокультурными характеристиками, что находит отражение различного рода информации в их названиях.

## Д. Примачук

### ГЕНДЕРНАЯ АСИММЕТРИЯ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Система языка на каждом из своих уровней обладает различными по характеру средствами выражения маскулинности и фемининности. С данной точки зрения, во многих языках прослеживается явление гендерной асимметрии, то есть противопоставление мужского и женского как в качественном (положительная и отрицательная оценка), так и в количественном (доминирование мужского как общечеловеческого) отношении (А. В. Кирилина, 1999).

Формирование проявлений гендерной асимметрии в китайском языке происходило под влиянием концепции «инь и ян», согласно которой инь соотносится с пассивным женским началом, а ян – с активным мужским. Данные проявления отмечаются на следующих уровнях языка:

1) на уровне письменного знака (в значении идеограмм, образованных с помощью идеографа 女 nǚ («женщина») и имеющих негативную коннотацию): 奴 nú – ‘раб, рабыня’; 妒 dù – ‘завидовать’; 妨 fāng – ‘вредить, мешать’; 奸 jiān – ‘зло, обман’; 婪 lán – ‘алчный’; 嫫 nǎo – ‘морочить голову’; 妖 yāo – ‘мистический, зловещий, пагубный’.

2) на уровне словообразования (предшествующая позиция морфемы, обозначающей лицо мужского пола, по отношению к «женской» морфеме в двусловных словах): 公母 gōngmǔ – ‘самец и самка’, 父母 fùmǔ – ‘родители’, 儿女 érnǚ – ‘дети’, 兄嫂 xiōngsǎo – ‘старший брат и его жена’.

3) на уровне идиоматических выражений «чэньюй»: 夫唱妇随 fūchàngfùsuí – ‘муж запекает – жена подпевает’, 夫为妻纲 fūwéiqīngāng – ‘муж руководит женой’, 男尊女卑 nánzūnnǚbēi – ‘превосходство мужчины над женщиной’.

4) на уровне пословиц и поговорок: 嫁鸡随鸡 嫁狗随狗 jiàjīsuíjī, jiàgǒusuígǒu – ‘жена всегда следует за мужем’; 丈夫没有个性如雌铁, 女人没有个性如芝麻糖 zhàngfūméiyǒugèxìngrúcutiè, nǚrénméiyǒu gèxìngrúzhīmatáng – ‘муж без характера – негодное железо, женщина без характера – кунжутные конфеты’; 女子无才便是德 nǚzǐwú cáibiànshì dé – ‘женщина, не имеющая талантов, целомудренна’.

Таким образом, концепция «инь и ян» определила направление китайского языкового сознания в области гендерных отношений. Современный китайский язык постепенно выходит из-под влияния принципа гендерной асимметрии. Ее проявления сохранились лишь на уровнях письменности и фразеологии как самых медленно развивающихся аспектах языковой системы.

## Е. Станик

### СЕМАНТИКА ЦИФР В КИТАЙСКОЙ И БЕЛОРУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

В китайской и белорусской культурах придают определенное значение цифрам, которые обладают символическим значением, обусловленным мировоззрением носителей языка.

В Китае – (yī) ‘один’ – нейтральная цифра, которая означает первенство. 11 ноября в Китае – день одиноких людей, так как дата имеет четыре «1». 二 (èr) ‘два’ – благоприятная цифра. Китайцы отмечают, что «хорошие вещи приходят парами», поэтому в названиях товаров часто повторяются символы. 三 (sān) ‘три’ звучит как 生 (shēng) ‘жизнь’, поэтому является благоприятным числом. С другой стороны, ‘три’ звучит как 散 (sàn)

‘разделить’, поэтому несет и отрицательное значение. 四 (*sì*) ‘четыре’ – несчастливое число, так как практически гомофонично слову 死 (*sǐ*) ‘смерть’. 五 (*wǔ*) ‘пять’ – очень благоприятная цифра, ведь она связана с пятью основными элементами, пятью Богами и пятью силами. 六 (*liù*) ‘шесть’ – благоприятная цифра, которая в кантонском диалекте звучит как 祿 (*lù*) ‘счастье’. 七 (*qī*) ‘семь’ созвучна с 齊 (*qí*) ‘ровный’, что является хорошим знаком в отношениях и несет мудрость. 八 (*bā*) ‘восемь’ – любимейшее число в Китае, которое гомофонично 发 (*fā*) ‘расцветать’ и символизирует совершенство. 九 (*jiǔ*) ‘девять’ – благоприятна и гомофонична слову 久 (*jiǔ*) ‘продолжительный’, поэтому его часто используют на свадьбах (Ганд, 2001).

В Беларуси языческая 1 – *цифра* Сварога. «Svrga» означает небеса. Сварог – творец, «сварганивший» мир, поэтому цифра благоприятная. 2 – *цифра* дьявола, которое несет в себе двойственность. Пара одинаковых предметов является знаком болезни. Стоит отметить, что в условиях христианства особое отношение белорусы отдавали нечетным числам, а четные нередко называли дьявольскими. *Цифра 3* – одна из важнейших, так как представляет Святую Троицу, а еще она издавна символизирует трехмерность пространства. *Цифра 4* – нейтральная и имеет ассоциации с 4 концами у крыжа. 5 – благоприятная *цифра* для Человека, так как у него пять конечностей и пять органов чувств. 6 – *цифра* силы, здоровья, Купалы и Банного дня (6-й день недели). 7 – *благоприятное*, священное число Сварога. Височные кольца у вятичей имели 7 лепестков. В христианстве 7 выражает целостность. *Цифра 8* символизирует единение мужчины и женщины, а также богатство и процветание. 9 – *отрицательная* цифра смерти. В фольклоре: «тридевятое царство» (Трубачёв, 1991).

Таким образом, почти все китайские цифры имеют «благоприятное» или «неблагоприятное» значение по причине их гомофоничности с другими словами, а белорусские (восточнославянские) связаны с христианскими традициями, языческими верованиями и праздниками.

## Н. Тиханович

### ПОЗИЦИЯ НАРЕЧИЯ 多 В СОЧЕТАНИЯХ, ОБОЗНАЧАЮЩИХ ПРИБЛИЗИТЕЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО

Каждый язык обладает своими грамматическими особенностями и структурами, поэтому способы выражения примерного количества в разных языках неодинаковы.

В русском языке существуют следующие типы конструкций, обозначающие приблизительное количество: 1) предложно-именного типа (предлог + существительное) ‘около сотни’; 2) сочетание частицы и количественного слова ‘почти пятнадцать’ 3) с сочинительным сочетанием слов ‘два или три’; 4) с сопряжением количественных компонентов ‘двадцать-тридцать’; 5) инверсионного типа ‘килограмма два’; 6) сочетание наречия и числительного ‘более двухсот’; 7) фразеологического типа ‘семь с хвостиком’.

В китайском языке можно выделить несколько способов обозначения примерного количества: 1) употребление двух последовательных чисел 三四个 (sānsìge) ‘три-четыре’; 2) употребление наречия 多 (duō), занимающего различные позиции относительно числительного и счетного слова 四十块多肉 (sìshíkuàiduōròu) ‘более сорока кусков мяса’, 四十多块 (sìshíduōkuài) ‘более 40 кусков’.

Наречие 多 (duō) занимает следующие позиции относительно «счетного комплекса», под которым мы понимаем «сочетание числительного и счетного слова» (Люй Шусян, 1996):

1) конструкция «числительное + 多 (duō) + счетное слово + существительное» обозначает превышение на целое значение в пределах разряда: 三多个 (sānduōge) ‘более трех штук’.

2) конструкция «числительные от 1 до 10 + счётное слово» обозначает, что число больше от 0,1 до 0,9 единицы измерения в пределах разряда: 七斤多 (qījīnduō) ‘более 7 цзиней’.

Варианты в русском языке	Варианты в китайском языке
<ul style="list-style-type: none"> <li>• более 7 штук</li> <li>• 7 с хвостиком</li> <li>• около 7</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 七块多 (qīkuàiduō)</li> <li>• 六七块 (liùqīkuài)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• менее 15</li> <li>• около 15</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 十五多个 (shíwugèduō)</li> </ul>

Таким образом, данный грамматический феномен китайского языка обусловлен особенностями культуры, менталитета и тенденцией к экономии грамматических средств на уровне синтаксиса.

## В. Цуранкова

### К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ТЕРМИНА «БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЛЕКСИКА»

Несмотря на то, что проблема безэквивалентной лексики неоднократно разрабатывалась как в специальных исследованиях, так и в общей литературе по теории перевода, лингвострановедению, двуязычной лексикографии и др., границы этого понятия до сих пор остаются нечетко очерченными – многие авторы трактуют термин «безэквивалентная лексика» по-разному.

Данную проблему рассматривали Г. В. Шатков, Г. В. Чернов, С. И. Влахов и С. П. Флорин, Л. С. Бархударов, А. О. Иванов, Л. В. Щерба, Е. М. Верещагин и В. Г. Костомаров, В. Н. Комиссаров, Е. Н. Гвоздович и т.д. Безэквивалентной лексике китайского языка посвящены работы В. Ф. Щичко, В. А. Ростовцева, Цзян Сипина и т.д.

Основываясь на теории ядра и периферии значения языкового знака К. Л. Пайка, безэквивалентной лексической единицей будем считать лексическую единицу оригинального текста, ядерное или периферийное

значение которой невозможно представить существующими лексическими средствами языка перевода. В качестве примера приведем следующие слова: 尺 *chǐ* ‘чи’ (китайская мера длины, равная 0,3 м.); 炕 *kàng* ‘кан’ (невысокая печка-лежанка из кирпича и глины); 八卦拳 *bāguàquán* ‘багуацюань’ (один из видов китайского боевого искусства ушу); 阎王 *Yánwáng* ‘Янь-ван’ (в китайских народных верованиях – владыка ада) и т.д.

Все приведенные выше китайские примеры являются полными безэквивалентами. Наряду с ними можно выделить частичные безэквивалентные единицы, в качестве которых будем считать лексические единицы оригинального текста с периферийными значениями, аналогичными ядерным значениям переводных эквивалентов.

Так как периферия языкового знака подразделяется на ближнюю и дальнюю, следовательно, правомерно говорить и о разных видах частичных безэквивалентов, а именно:

1. Частичные безэквивалентные лексические единицы оригинального текста, ближняя семантическая периферия которых совпадает с ядерной семантикой выбранных переводных эквивалентов. Например, 解放 *jiěfàng* ‘образование в 1949 г. Китайской Народной Республики’ (ядерное знач. ‘освобождение’), 我国 *wǒguó* ‘Китай’ (ядерное знач. ‘моя страна’) и т.д.

2. Частичные безэквивалентные лексические единицы оригинального текста, дальняя семантическая периферия которых совпадает с ядерной семантикой выбранных переводных эквивалентов. Например, 地猫 *dìyù māo* ‘сварливая женщина’ (ядерное знач. ‘кошка из преисподней’), 坏蛋 *huàidàn* ‘негодяй’ (ядерное знач. ‘испорченное яйцо’) и т.д.

## Е. Шанец

### ОСОБЕННОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПЕРЕВОДА ПОЭЗИИ ДОИСЛАМСКОГО ПЕРИОДА

Веками произведения джахилийских поэтов считались образцовыми, им подражали в стиле, композиции, выборе тем. Основные темы – война, женщины и вино; джахилийские поэты не думают ни о Боге, ни о мироздании, их интересует обыденная жизнь.

Говоря о переводе поэзии, мы имеем в виду не только и не столько передачу понятийной ее составляющей, а в первую очередь составляющей ритмической и орнаментальной, то есть просодию и эстетику.

Арабскую поэзию в целом и доисламскую, в частности, отличают яркая образность и обилие метафор. Есть гипотеза, что метафоры ведут свое происхождение от первобытного табуирования, когда люди избегали называть своими именами страшные или нежелательные вещи, предпочитая говорить о них иносказательно.

Доисламские поэты никогда не говорят «волк», «леопард», «гиена», а говорят: «поджарый темно-серый», «пятнистый короткошерстый» и «гри-вастая вонючая». «Меч» называют «белый сверкающий», а «лук» – «желтый

длинный». Следует учитывать, что при переводе эта особенность поэтического языка иногда пропадает. Поэтому переводятся именно смыслы, а не слова.

Вот как описывается поэтом долгий дождь с грозой:

«Лился крупный и обильный, из утреннего и ночного Несомого и отвечавшего другому грохотом...». Так, поэт Зухайр уподобляет войну мельнице, перемалывающей зерно, или сбору урожая, а глаза миротворца Харима — двум ведрам воды. Арабские поэты часто используют прием олицетворения: война переламывает людей своими жерновами; ночь вытягивает хребет, отдаляя заднюю свою часть от груди (Имруулькайс), а звезды ее льяными веревками привязаны к скале (т.е. ночь такая долгая, что звезды, словно не движутся); злодеяния, совершенные Аш-Шанфарой, разыгрывают его мясо в мейсир. Немаловажную роль играют закрепления понятий: газель — большеглазая, ночь — долгая, конь — быстрый, крепконогий, гнедой (вороной), рослый, резвый и т.п., пустыня — грозная, безродная, бесплодная, меч — белый, отполированный, рассекающий. Если Лабид говорит: «Оседлай скорей изможденную долгим странствием», слушатели знают, что он подразумевает верблюдицу, а если скажет об охотнике: «длинноухих он послал по ее следам», то всякому ясно, он спустил собак.

Таким образом поэты усваивали описательный метод высказывания, развивая богатый метафорический язык. Обилие метафор используется при описании любимого верхового животного, от силы и выносливости которого часто зависела жизнь всадника и которое зачастую было его единственным богатством.

## **М. Шевченко**

### ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКОЙ РЕЧИ (на материале аниме «Твое имя»)

В современном японском языке отмечается высокий уровень различий в речи мужчин и женщин, которые являются показателем гендерной роли, а не грамматического рода или биологического пола. Несмотря на сглаживание границ мужской и женской речи в современном разговорном языке, эти особенности остаются довольно заметными в фильмах, сериалах и аниме.

Как показал анализ диалогической речи на материале анимационного фильма «Твое имя» (2016), особенности «мужского» и «женского» языков заметны на различных уровнях.

На фонетическом уровне в мужской речи наблюдалась регулярная замена на конце слова сочетания «гласный + аффикс [i]» на слог [e]: *yokunai* – *yokune*, *chigai* – *chige*, *sugoi* – *suge*.

На лексическом уровне основные различия заключались в выборе личных местоимений и оканчивающих предложение частиц. Так, мужчины чаще всего использовали личные местоимения *ore* ‘я’ и *kimi* ‘ты’, женщины же использовали *watashi* ‘я’ и *anata/anta* ‘ты’. Что касается частиц, то заключительные усилительные частицы *ze* и *zo* употребляли исключительно мужчины, а заключительные частицы *no* и *wa* исключительно женщины. Однако преимущественно мужские частицы *naa*, *kanaa*, *sa* и преимущественно женская *ne* употреблялись в равной степени как мужчинами, так и женщинами.

На грамматическом уровне различия касались в основном выбора грубых или нейтрально-вежливых форм и структур. Так, мужчины использовали исключительно грубую форму повелительного наклонения (*damare* ‘прекрати’, *nigerou* ‘беги’), в то время как женщины употребляли более вежливые формы (*nigete* ‘беги’ / *nigete kudasai* букв. ‘беги, пожалуйста’, *tsutaete* ‘передай’). Кроме того, женщины чаще мужчин опускали падежные показатели и глагог-связку, заменяя его различными частицами.

На синтаксическом уровне в данном фильме различий выявлено не было.

При анализе гендерных маркеров необходимо учитывать диалектные формы японского языка. Отдельные аффиксы или частицы в диалекте могут совпадать с маркерами мужской или женской речи. Так, особенности кансайского диалекта значительно отличаются от литературных форм японского языка. Так, глаголу связи *desu/da* в кансайском варианте соответствует *ya*, совпадающая с литературной мужской частицей, а усилительная частица *wa* – с литературной женской частицей.

Таким образом, в современном японском языке маркеры, подчеркивающие гендерную роль говорящего, широко используются в разговорном стиле, при этом отмечается функционирование отдельных маркеров как в речи мужчин, так и женщин для придания особой коммуникативной цели или стилистической окраски.

**М. Янушкевич**

## ЯЗЫКОВАЯ СИТУАЦИЯ В АРАБСКИХ СТРАНАХ

(на примере Саудовской Аравии)

Эта работа посвящена особенностям существования и использования арабского языка и его различных форм, а также общей характеристике языковой ситуации в странах арабского мира.

Языковая ситуация в каждой арабской стране имеет свой специфику, однако есть и общие для всех арабских стран черты, характеризующие языковую ситуацию во всем арабском регионе: одноязычие – во всех арабских странах арабский язык является государственным и представлен

совокупностью форм существования: арабский классический язык, арабский литературный язык (АЛЯ), его территориальные варианты, обиходно-разговорный язык и диалекты; Диглоссия – в арабских странах успешно сосуществуют как книжно-литературная, так и устно-разговорная формы языка.

Во всех арабских странах арабский литературный язык законодательно объявлен государственным. Арабский литературный язык как государственный язык в каждом культурно-исторически сложившемся регионе функционирует и в форме регионального варианта, и в форме общеарабского стандарта, который опирается на общие черты, присущие всем вариантам. Возникновение и формирование региональных вариантов литературного языка является закономерностью в развитии языковой ситуации в арабском регионе.

Языковая ситуация во всем арабском ареале представляет собой совокупность отдельных языковых ситуаций по странам, что обусловлено различием в использовании литературного языка и его других функциональных форм, а также иностранных и местных языков.

Для более подробного исследования языковой ситуации была выбрана Саудовская Аравия (СА). На территории королевства находятся две самые важные святыни мусульманской религии: священный камень Кааба в городе Мекка и могила пророка Мухаммеда, в Медине. Поэтому неудивительно, что местный литературный и разговорный арабские языки богаты лексикой, имеющей религиозные корни. Помимо арабов-саудовцев, составляющих 80 % населения королевства, другие 15 % – это арабы-выходцы из Йемена, Египта, Ирана, Пакистана и других стран. Оставшиеся 5 % составляют иммигранты из Европы, Индии и Америки. В СА среди арабоязычного населения широко используются египетский, суданский, ливанский и йеменский диалекты. Аравийский диалект делится на похожие между собой хиджазский и недждийский говоры. В Саудовской Аравии среди эмигрантов широко распространен английский, урду, хинди, фарси, тагальский и турецкий языки. В свете того, что СА является религиозным центром арабского мира, здесь присутствует тенденция заменять иноязычные заимствования арабскими эквивалентами, что помогает арабскому языку сохранить свою чистоту.

**Круглый стол**  
**«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**М. Борщевский**

**ОСОБЕННОСТИ ВОЗРАСТНОЙ И ГЕНДЕРНОЙ  
СТРАТИФИКАЦИИ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ  
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

На сегодняшний день реклама в социальных сетях является эффективным видом коммуникации для рекламодателя по следующим причинам: интерактивность (потенциальный клиент может сразу перейти на сайт рекламодателя или помочь в распространении рекламного сообщения), удобство работы (рекламодатель может видеть, какая целевая аудитория отреагировала на рекламное сообщение) и таргетируемость (способность выделить только ту целевую аудиторию, которая соответствует необходимым для рекламодателя критериям).

Отдельно следует отметить большое жанровое разнообразие рекламных сообщений в социальных сетях: изображения-баннеры и текстовые публикации в новостной ленте теперь сосуществуют с новыми жанрами, такими как видеореклама и реклама в режиме «Истории». Каждый из данных видов имеет свои особенности, связанные с размещением и отображением объявления, а также с техническими особенностями подачи рекламы в каждой социальной сети.

Рассматривая особенности стратификации в рекламе, основными критериями стратификации можно назвать следующие: уровень дохода, гендерный и возрастной. Однако стратификация по уровню дохода не является столь важной для белорусского общества, поскольку для него в целом не характерно существенное расслоение по этому параметру.

Гендерная сегментация белорусских рекламных сообщений в социальных сетях не оказывает значительного, с лингвистической точки зрения, влияния на текст.

Для белорусского общества уместно сегментировать общество на три «поколения» в контексте теории поколений Хоува и Штрауса: поколение X – лица, родившиеся между 1963 и 1983 гг. рождения; поколение Y (также используется название «миллениалы») – родившиеся между 1984 и 2000 гг.; поколение Z – белорусы, родившиеся после 2000 г.

Рекламные тексты, направленные на представителей поколения X, характеризуются малой категоричностью. Аргументация в таких сообщениях в основном логического характера, а не эмоционального. Представители данного поколения предпочитают социальные сети Facebook и Одноклассники.

Рекламные сообщения, направленные на представителей поколения Y, отличаются большой эмоциональной нагрузкой и категоричностью. В рекламных сообщениях широко представлены эмодзи, которые дополняют основной текст рекламного сообщения, а в некоторых случаях и замещают его. «Миллениалы» предпочитают выбирать социальные сети ВК и Instagram.

В заключение следует отметить: белорусский медиарынок имеет положительную динамику – большое количество граждан активно используют Интернет, а 49 % белорусов пользуются социальными сетями, что является причиной растущей важности изучения рекламы в данной среде Интернета.

## **И. Войтеховский**

### **ВЕДЕНИЕ КАНАЛА В TELEGRAM: ПРАВИЛА КОММУНИКАЦИИ С АУДИТОРИЕЙ**

Каналы в Telegram – это практически публичная страница в Facebook или Вконтакте, но с некоторыми особенностями. В отличие от социальной сети, каналы находятся в общем списке диалогов, а не выделены в отдельную ленту новостей; отправляют уведомления о новых записях, которые, естественно, можно отключить; не имеют комментариев к записям.

За короткое время в Telegram появилось огромное количество каналов, но лишь малая часть смогла набрать аудиторию и понравиться широкому зрителю, а это значит, что у данного вида деятельности есть особенности и нюансы. Выстраивание успешной коммуникации с аудиторией – трудоемкий процесс, который основывается на следовании определенным правилам оформления и содержания самого канала и постов в нем.

#### *Оформление канала*

Оформление канала – такая же коммуникация с аудиторией, как и посты. Существуют некоторые правила: изображение должно быть квадратным (512 px на 512 px) или круглым, в описании нужно указать цель создания канала и то, кому он будет полезен, имя должно быть говорящим или запоминающимся, адресу канала следует совпадать с именем канала.

#### *Содержание постов*

Telegram – это «интимная» сфера. Это не социальная сеть, а персональный мессенджер, где люди общаются с родными и близкими. Поэтому не стоит навязываться читателю, раз он выбрал вас для присутствия в этой зоне.

Необходимо помнить следующие правила:

- 1) не спамить (только тематические посты и всегда по делу);
- 2) сообщения должны быть лаконичными;
- 3) лучше отправлять сообщения в бесшумном режиме;
- 4) используйте #хэштеги и давайте ссылки на статьи в Telegram или [telega.ph](https://t.me) с указанием времени чтения.

#### *Оформление публикаций*

В Telegram желательно использовать методы классического контент-дизайна статей: заголовки, подзаголовки, выделения, списки, картинки и видео. В длинные статьи лучше добавлять содержание для более простой и комфортной навигации для читателя.

Таким образом, можно сказать, что Telegram превратился в удобную медиaplощадку, с помощью которой вы можете привлекать заинтересованную аудиторию и работать с ней. Однако не следует забывать о простых правилах успешной коммуникации с аудиторией: контент должен быть интересным и уникальным; значение имеет не количество подписчиков, а их вовлеченность; необходимо ориентироваться на долгосрочную системную работу, а не на моментальный результат.

**Л. Змитрович, Д. Никифорова**

## YOUTUBE КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

YouTube – интернет-проект с доходом порядка \$200 млн каждый год, где каждый желающий может опубликовать для всеобщего обозрения свои видеофайлы. По посещаемости он занимает второе место среди социальных сетей. При этом ценность видеоконтента на YouTube со временем лишь растет.

Преимущества YouTube как канала коммуникации с аудиторией: демонстрация реального использования товаров; непосредственный контакт с пользователями через комментарии; возможность прикрепления ссылок для перехода на основной ресурс проекта.

Сейчас понимание YouTube как источника информации для молодежи устарело, аудитория стала старше. YouTube отодвигает телевидение с лидирующих позиций, привлекая ТВ-персон к своей информационной площадке. Размещение рекламы на YouTube дешевле, удобнее и эффективнее, чем на ТВ. Она не требует больших временных затрат и особого согласования.

Многие бренды используют блогеров для рекламы своих продуктов с целью привлечения более широкой аудитории. Пример – реклама молочного напитка «MioMix», в которой участвовал Николай Соболев и другие известные блогеры, просто размещая в своих выпусках так называемые «Challenges», в которых пробовали этот напиток.

На YouTube запускаются даже крупные спецпроекты. Авиаперевозчик S7 Airlines запустил рекламную кампанию в формате YouTube-сериала под названием «Посетите Землю». Воображаемый адресат этого шоу – инопланетяне. Съёмки «инопланетного» шоу проходили в Исландии, Таиланде, Италии, Японии и России.

Согласно статистике, самые быстрорастущие каналы – это каналы, успевшие вовремя поймать тренд, и на его основе создать качественный вирусный контент. Примерами таких каналов являются: MRK (150000 подписчиков, своевременно используя тренд на Pokemon GO, канал привлек более 80 тысяч подписчиков за 3 месяца активной работы); SOBOLEV (2500000 подписчиков, выбрана стратегия транслирования инфоповодов, идущих по телевидению и знакомых массовому зрителю).

Таким образом, использование YouTube для продвижения коммерческого интернет-проекта является неотъемлемой частью маркетинговой деятельности в XXI веке. И, несмотря на то, что это одна из самых прибыльных социальных сетей, это, в то же время, – самый экономичный способ продвижения бренда. Стратегическое конкурентное преимущество можно получить за счет креативного подхода, грамотного медиаплана и рационального использования информации о вашем бренде.

**Д. Зотова**

## РАБОТА С НЕГАТИВНЫМИ ПРОЯВЛЕНИЯМИ В ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ

Интернет – крупнейшая площадка, обеспечивающая взаимодействие между людьми. Интернет-сообщества, в свою очередь, являются инструментом упорядочивания такого взаимодействия. Однако по ряду причин в нем может возникнуть негатив, с которым необходимо бороться. Все негативные отзывы можно разделить на четыре группы: конструктивная критика, эмоциональный негатив, черный негатив и троллинг.

Нами было проанализированы общение участников на странице интернет-сообщества компании Velcom и отклики, оставленные на странице столичного кафе «Гараж». Мы выяснили, что процентное соотношение негативных комментариев на сайте Velcom таково: конструктивная критика – 43 %, эмоциональный негатив – 32 %, черный негатив – 25 %. Сайт кафе «Гараж» показал, что там ситуация несколько иная: конструктивная критика – 60 %, эмоциональный негатив – 18 %; черный негатив – 9 %; троллинг – 3 %.

Рассмотрим основные тенденции в работе с негативом:

### 1) конструктивная критика

С данным типом негатива активно работают в обоих сообществах. Например, *...блюда готовили довольно долго, суп принесли где-то через 20 минут. Мой заказ принесли еще спустя 10 минут (т. е. около получаса ожидания)*. Модератор, отвечая на сообщение, уточнила время заказа и заполняемость кафе на тот момент, также рассказала о скидках и предложениях, действующих в кафе, предложила в следующий раз обратиться за персональными бонусами.

### 2) эмоциональный негатив

*Оператор Велком делает все возможное, чтобы вы потратили как можно больше денег, пользуясь любыми его дополнительными услугами!* Модератор сообщества объяснил, что все услуги предоставляются по запросу клиента и могут быть отключены в любое время, предложил обратиться в офис для прояснения сложившейся ситуации. Несмотря на то, что конкретных претензий предъявлено не было и автор комментария не вступил в диалог, ответ модератора был обязателен, так как свидетельствует о внимательности бренда к своим клиентам.

### 3) троллинг

Этот тип негатива встречается гораздо реже, он нацелен на провоцирование конфликта. Тролли ожидают бурной ответной реакции с вашей стороны и со стороны других пользователей. Такие сообщения, как правило, удаляются модератором очень быстро. Например, сообщение *Что вы все здесь забыли!!!! пустая трата времени!!! ни о чем!* было удалено модератором в течение дня.

### 4) черный негатив

С данным видом негатива справлялись в частном порядке с предоставлением информации сообществу после разбирательства.

Таким образом, реакция на негатив должна быть оперативной, спокойной и уважительной, а также объективной.

## **И. Микулан, У. Труханович**

### **ТАКТИКИ ВОЗДЕЙСТВИЯ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ В РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЯХ**

Рекламный дискурс – это многоаспектное явление. Поэтому существует множество определений понятия «реклама» и «рекламный дискурс», а также соответствующих классификаций.

Рекламный текст имеет свои особенности. Кроме вербальных средств во многих рекламных текстах используются аудиовизуальные элементы (рисунок, фотография, цвет, шрифт и т.д.), которые помогают воздействовать на аудиторию. Существует 4 типа психологического воздействия, используемого в рекламе: когнитивный, аффективный, суггестивный и конативный. В проведенном анализе мы использовали классификацию рекламных манипулятивных тактик Е. С. Поповой.

Мы проанализировали рекламные ролики, в каждом из которых определили используемые стратегии, тактики и лингвистические средства.

В первом ролике авиакомпании S7 Airlines «Фотографии сбываются» применяется суггестивный тип воздействия, так как там используется апелляция к эмоциям без логичных доказательств. Мы видим оппозицию виртуальной жизни и реальной. Используется тактика игры с мотивом: покупка авиабилетов – впечатления, приключения и эмоции, а также тактика надевания маски для устранения психологической дистанции. Грамматические особенности: использование глаголов в настоящем времени; императив; использование местоимения «ты»; восклицательные предложения, призывающие к действию. Лексические и стилистические особенности: обыгрывание устойчивого выражения «мечты сбываются».

Во втором ролике – «Tiffany & Co» – используется аффективный тип воздействия, так как там снимается знаменитость – Леди Гага – лицо бренда, влияющее на установки людей. Тактики: «надевание маски» – Леди Гага

выступает в том собеседника, что уменьшает психологическую дистанцию с аудиторией и делает рекламное сообщение ненавязчивым; «игра с мотивом» – покупка украшений «Тиффани» – обретение уверенности в себе, ощущения внутренней силы; «навешивание ярлыков»; апелляция к авторитету, перенос отношения. Грамматические особенности: повтор простых предложений. Лексические и стилистические особенности: лексика с положительным оценочным компонентом. Также используются невербальные знаки: черно-белый цвет ролика отражает элегантность и минималистичность бренда.

Проведенный анализ показал: для осуществления рекламных стратегий наиболее часто используются тактики «подмена целей», «надевание маски», «игра с мотивом», «апелляция к авторитету», «свой круг», «привлечение свидетеля». В реализации этих тактик помогают различные лингвистические и невербальные средства.

**Д. Савчук, Д. Сивацкая, А. Счеснович**

## **СТРАТЕГИИ КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ АУДИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ КОКО.ВУ**

Комьюнити-менеджмент – деятельность по управлению социальными коммуникациями как внутри организации, так и между организацией и ее целевыми аудиториями. Основными задачами комьюнити-менеджмента являются: коммуникационная поддержка основной деятельности организации; разъяснение позиций и направления развития организации; положительное позиционирование бренда, формирование доверия; формирование имиджа, организация эффективных коммуникаций в условиях кризисов и конфликтов. Именно широкий перечень задач обуславливает актуальность выявления стратегий комьюнити-менеджмента на примере *koiko.by*.

*Koiko.by* – городской интернет-портал, который рассказывает о культурной жизни, развлечениях, услугах, еде и людях Минска и других крупных городов Беларуси. Проведя исследование, в рамках которого были проанализированы деятельность *koiko.by*, целевая аудитория и ее охват, можно отметить, что *koiko.by* позиционирует себя как бренд, а также присутствует в социальных сетях [instagram.com/koiko\\_by](https://www.instagram.com/koiko_by), [twitter.com/koiko\\_by](https://twitter.com/koiko_by).

*Koiko.by* использует следующие стратегии комьюнити-менеджмента для расширения целевой аудитории и формирования позитивного имиджа:

1. Розыгрыши и конкурсы (на странице и в Stories публикуется пост о розыгрыше блюда в кафе/ресторане; обязательным условием обычно является «отметить друга»).

2. Игра или «активити» через Stories (в «историях» подписчикам анонсируется приз, нужно догадаться, где именно он находится; приз получает тот, кто первым доберется до места).

3. Раздача бесплатной еды через Stories (в «историях» подписчикам рассказывают, где оставляют еду; ее забирает тот, кто первым добирается до места).

4. Тестирование еды от подписчиков или «Никогда в Минске» («фудхантерам») можно привезти что-то из зарубежных поездок).

5. Опросы по поводу лучших заведений по доступным ценам.

6. Канал «Мерзкий кокобай» в Telegram.

7. Бот по выбору заведений в Telegram (Кокобот).

Активность аудитории, выражающаяся в количестве лайков (до 17 000) и в комментариях к постам (конкурсные – более 40 000), свидетельствует о неподдельном интересе к проекту. В свою очередь, постоянный рост числа подписчиков аккаунта в Instagram (более 254 000), канала в Telegram (более 47 000) и общий охват сайта (больше 1 220 000 человек) указывает на эффективность выбранных стратегий комьюнити-менеджмента.

## **И. Трунова, О. Хорова**

### **СПЕЦИФИКА ПРОВЕДЕНИЯ PR-КАМПАНИИ В СИТУАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДВУЯЗЫЧИЯ**

Как часто мы забываем о том, что в Беларуси все-таки два государственных языка. Согласно данным ИАЦ Беларуси 2019 года только 3 % населения говорит по-белорусски. Однако с каждым годом мы наблюдаем все большее включение в рекламные и пиар-кампании различных организаций элементов белорусского языка. В связи с этим ниже приводится анализ трех кейсов, непосредственно связанных с данной тематикой.

Первый из них – группа компаний Mark Formelle – один из ведущих белорусских производителей женского, мужского и детского белья и одежды из трикотажа – создала лимитированную коллекцию носков и маек с хэштегом #МоваГэтаСтылева, приуроченную к Международному дню родного языка в 2019 году. Благодаря яркому дизайну в сочетании с элементами белорусского языка, кампания оказалась успешной, и коллекция стала хитом продаж не только в Беларуси, но и была оценена за рубежом.

Теперь перейдем к компании, не так удачно воспользовавшейся трендом употреблять белорусский язык. «Луч», минский часовой завод, также выпустил ко Дню родного языка – 2019 лимитированную коллекцию «Мова», основанную на уникальности белорусского языка. Однако эта коллекция не была принята так тепло, как коллекция Mark Formelle. Все дело в дизайне: на одном циферблате были использованы 3 разных шрифта, что, согласно многочисленным комментариям, выглядит громоздко. Тем не менее, идея коллекции сделала свое дело, поскольку часы были распроданы в течение двух месяцев, это очень хороший результат.

Последний, но довольно успешный кейс – БелВнешРеклама – белорусская рекламная компания, которая в 2011 году в рамках социальной рекламы запустила спецпроект «Смак беларускай мовы», действующий по сей день. Целью кампании было показать колорит белорусского языка и культуры. Данная идея была воплощена на лайтпостерах и билбордах г. Минска в виде изображений 6 разных ягод с их подписью на двух языках. Проект был и остается очень успешным, многочисленные фото в социальных сетях жителей и гостей столицы, а также почти 10-летнее существование – лучшее тому доказательство.

Проанализировав 3 PR-кампании, можно сделать общий вывод: использование белорусского языка в целях продвижения товаров и услуг и приобщения к белорусской культуре положительно сказывается на имидже организации. Во-первых, это достаточно свежее и актуальное решение, которое еще не приелось аудитории и вызывает интерес. Во-вторых, большинству белорусов приятно слышать и знать, что белорусские компании ценят и используют белорусский язык. В-третьих, инициатива употребления белорусского языка исходит от частных компаний, соответственно, от общества, а не от госструктур, поэтому использование белорусского языка не воспринимается как пропаганда.

## **Круглый стол «ОТ ГРАЖДАНИНА СТРАНЫ К ГРАЖДАНИНУ МИРА»**

**А. Асташонок**

### **ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СТАРШЕКЛАССНИКОВ**

Большое влияние на социализацию детей, особенно в юношеском возрасте, оказывают средства массовой информации, молодежная субкультура, неформальное общение в микросоциуме. Они не представляют свою жизнь без персонального компьютера, без Интернета, планшетов, смартфонов, которые прочно вплетаются в среду досуга, постепенно вытесняют другие формы свободного времяпровождения.

Сегодня Интернет предоставляет безграничные возможности для поиска информации, общения, развлечения. Наше исследование показало, что абсолютное большинство (97 %) подростков используют Интернет как источник информации. Современные технологии внесли определенную роль в манеру общения современных подростков. По данным исследования прослеживается, что постоянно общаются в Интернете 67 % опрошенных, часто – 29 %, довольно редко – только 4 % из общего числа респондентов. Многие подростки с помощью Интернета могут часто общаться не только со своими друзьями, но и взрослыми, родственниками, которые находятся далеко от них. Обычно старшеклассники уходят в виртуальную жизнь из-за проблем в реальной жизни, в основном это проблемы психологического характера. В виртуальности ребенок ищет и получает то, что не может по каким-то причинам получить в реальном мире. Основную опасность для больных информационной зависимостью представляет стресс, вызванный избыточностью данных. Зависимость от Интернета или от информации может сказываться на состоянии человека не менее пагубно, чем любое другое заболевание. В частности, Т. Бокарев, занимающийся изучением игрологии, признает, что компьютерные игры оказывают негативное влияние на игроков и вызывают зависимость, возникающую из-за сильного воздействия на органы чувств человека. Он отметил, что в современных компьютерных играх слишком много жестокости, которая может травмировать детскую психику. У игроков возникает протест против реального мира, который в отличие от виртуального не позволяет им полностью воплотить свое желание.

Овладение информационной культурой – путь универсализации качеств человека, который способствует реальному пониманию человеком самого себя, собственного места и своей роли. На сегодняшний день информационная культура становится одним из важнейших показателей общей культуры личности.

Таким образом, информационная культура школьников – часть общей культуры личности, включающая систему представлений об информационной картине мира, умения в области информационно-коммуникационных технологий и потребностей в их использовании, знания правовых и этических норм поведения в информационном пространстве, творческий подход к осуществлению информационной деятельности, а также наличие развитой информационной рефлексии.

**А. Гарбовская, А. Клышейко**

### ВОСПИТАНИЕ В ДУХЕ НЕНАСИЛИЯ

В последнее время в нашей стране уделяется большое внимание гуманизации и демократизации общества и образования. В Конституции РФ закреплено право каждого человека на свободу: «никто не может подвергаться насилию или другому жестокому или унижающему человеческое достоинство обращению или наказанию». Но насилие не уменьшается, а приобретает все большие масштабы. Экспансия в средствах массовой информации культура жестокости и насилия, где человеческая жизнь не имеет ценности, терроризм и заказные убийства, вседозволенность, культ комфорта и потребления – все это не может не оказывать негативного влияния на подрастающее поколение. Эта проблема волнует не только нашу страну, но и весь цивилизованный мир. Не случайно Организация Объединенных Наций объявила первое десятилетие XXI века «десятилетием культуры мира и ненасилия». ООН и ЮНЕСКО неоднократно обращались к педагогам всех стран с призывом сделать школу центром воспитания в духе ненасилия, мира, взаимопонимания между народами, прав человека и толерантности.

Поэтому нельзя не сказать о роли системы образования в воспитании ненасилия, где важнейшей задачей является разработка более эффективных педагогических моделей в процессах обучения и воспитания. Роль педагога заключается в том, чтобы организовать, направить учащегося и способствовать его развитию на добровольной основе. К сожалению, сегодня мы видим на практике, что многие воспитатели применяют формы принуждения из-за невозможности добиться желаемого результата работы через короткий промежуток времени, забывая, что воспитание – непрерывный процесс. Одного, даже самого яркого мероприятия мало для того, чтобы изменить поведение ученика, сформировать личность, воспитать человека. Дети стали отчуждены от своих воспитателей. Между ними пропадает взаимодействие, понимание, а главное – доверие.

Согласно педагогическому словарю Г. М. Коджаспировой, «педагогика ненасилия – педагогика, утверждающая принцип ненасилия (т.е. признания ценности человека и его жизни, отрицание принуждения как способа решения политических, нравственных, экономических, межличностных

проблем и конфликтов) в сфере обучения и воспитания подрастающего поколения». Цель педагогики ненасилия и заключается в том, чтобы воспитать личность, способную уважать себя, достоинства других людей, быть равнодушной к проблемам человечества. Вдобавок такая личность должна обладать особыми навыками, помогающими решать различные виды конфликтов мирным путем. Все педагоги обязаны иметь позицию ненасилия. Чтобы достигнуть поставленной педагогикой ненасилия цели, необходимо сформировать благоприятную педагогическую среду, в которой каждый ученик должен чувствовать себя комфортно. Поэтому важно, чтобы идеи ненасилия получили большее распространение и стали приоритетом в воспитании учащихся.

**А. Гиль**

### КИБЕРПРОСТРАНСТВО И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ МИРЕ

Виртуальная реальность – неотъемлемая часть жизни общества. Дети и подростки проводят большую часть своей жизни, находясь в постоянном поиске информации. Часами, уделяя время гаджету, молодежь читает, играет, смотрит, всегда в курсе последних событий. Интернет как средство межкультурной коммуникации в поликультурном мире, с одной стороны, оказывает положительное влияние на мировое сообщество, поскольку позволяет передавать информацию в любую точку мира; способствует укреплению связей между людьми и странами, изменяет стиль отношений в современном обществе; с другой стороны, необходимо отметить, что отношение к Интернету должно быть объективным, поскольку информация, содержащаяся в нем, может оказывать и негативное влияние на личность.

Исследования показывают: ребенок использует возможность доступа к информации с целью развлечения, что в зависимости от цели использования, по-разному влияет на психику человека. Чаще всего для поиска развлекательного контента дети обращаются к сети Интернет, что, в свою очередь, породило такое понятие, как *киберпространство*, которое включает в себя не только Интернет, но и мобильную связь, общение в сети, просмотр видеоконтента. Одним из видов воздействия населения через Интернет является технология «мягкой силы». Она направлена на подавление интеллекта граждан и увеличение числа бездумных потребителей, путем быстрого распространения видео- и медиаконтента, которому подражают дети.

Вместе с распространением Интернета начали появляться и новые формы девиантного поведения подростков такие как «кибербулинг» (унижение и оскорбление в соцсетях) и «шоплифтинг» (демонстрация в социальных сетях похищенных из магазинов товаров, в этом случае важна сумма похищенного).

Мир виртуальных развлечений притягивает ребенка, так как стимулирует его мотивацию на всех уровнях. 1) Цель: действия производятся для того, чтобы что-то получить. Обучаясь в школе, ребенок редко осознает, для чего он это делает. В компьютерной же игре все проще: выиграл раунд – сразу получаешь продвижение, дополнительные очки и прочие бонусы; 2) процесс: по уровню заинтересованности школьные учебники уступают видеоиграм по причине отсутствия интерактива; 3) подкрепление: компьютерная игра способна дать ребенку куда больше положительных эмоций, в отличие от трудоемкого учебного процесса.

Если мы хотим воспитать личность, не зависимую от киберпространства, мы должны организовать среду, в которой каждое позитивное правильное действие ребенка будет подкрепляться и приносить ему какую-то пользу. Таким образом, мы сможем воспитать не только ребенка, который мотивирован учиться, но и человека, который добьется успехов в жизни.

## **Е. Глуховский**

### **ПОЛИКУЛЬТУРНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ**

В условиях современного мира общество стремится стать многоконфессиональным и поликультурным. Задача педагогов – воспитать членов толерантного общества. В общеобразовательных учреждениях все чаще можно встретить учеников из других стран, это обусловлено притоком мигрантов, так как границы Беларуси открыты и нет никаких запретов в вопросах вероисповедания.

Учитель должен помочь учащимся осознать существование множества ценностей, то, что некоторые из этих ценностей могут быть отличными от их собственных и что любые ценности имеют свое начало в традициях того или иного народа и являются для него закономерными. Современные педагогические реалии требуют, с одной стороны, учитывать в образовании этнокультурный фактор, с другой – создавать условия для познания культуры других народов, воспитания толерантных отношений между людьми, принадлежащими к различным этносам, конфессиям и расам.

Учащимся 10 класса был задан вопрос: «Чем оказались полезны для вас материалы аспекта диалога культур, изученные на уроках?».

Типичными ответами были: А. Узнали много фактов из истории, географии и культуры стран изучаемого языка и своей страны – 85,00 %. Б. Появился интерес добывать знания из Интернета, энциклопедий, справочников и других источников – 92,00 %. В. Научились работать с тестовыми заданиями по аудированию, чтению, письму – 70,00 %. Г. Научились представлять Беларусь и ее историческое и культурное наследие более достойно 83,00 %. Д. Научились сравнивать факты, анализировать, делать выводы и доказывать свою точку зрения – 82,00 %. Е. Познакомились с лингвострановедческим и культуроведческим материалом, который поможет ориентироваться в зарубежных поездках – 90,00 %. Ж. Научились заполнять анкеты, бланки, документы, резюме – 69,00 %.

Отвечая на вопрос, обучающиеся самостоятельно анализировали и оценивали приобретенные ими знания и умения. Они стали более терпеливы и лояльны к другим взглядам, обычаям, традициям, языкам. Научились видеть, сравнивать, сопоставлять положительные черты своей и чужой культуры.

В старшей школе часто возникают проблемы интолерантности, обусловленные возрастными особенностями психики учащихся, такими как межгрупповые механизмы деления на своих и чужих: социальная категоризация, групповая идентификация, социальное сравнение, межгрупповая дискриминация, стереотипизация и атрибуция. У многих старшеклассников актуализированы такие черты интолерантности, как агрессивность в отношении инаковости, непринятие индивидуальности другого, конформизм, закрытость референтных групп и т.д.

Поэтому поиск эффективных форм и методов формирования толерантности у старшеклассников сегодня является актуальной задачей.

**В. Данилович**

## СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ

Воспитание как одна из важнейших отраслей педагогики требует своевременной корректировки в соответствии с запросами общества. В современном мире, меняющемся с ошеломительной скоростью, воспитание, дабы быть плодотворным, должно решать постоянно новые возникающие проблемы.

Сегодня важной проблемой является неспособность или нежелание определенной части педагогов к ведению воспитательного процесса, а это снижает авторитет учителя в целом и формирует негативное отношение к попыткам оказать воспитательное воздействие. Такая позиция ведет к разрушению системы воспитания в целом и негативно сказывается на общем состоянии социума. Чтобы правильно организовать воспитательный процесс, педагогу нужно помнить, кто сидит перед ним, что ему интересно, чего он хочет, к чему стремится, что заставляет его поступать так или иначе и как заговорить с ним на одном языке.

Воспитание начинается в семье и одной из актуальных проблем является игнорирование родителями ответственности за воспитание собственных детей. Семья – важный институт социализации детей. Индикатором семейного благополучия или неблагополучия оказывается поведение ребенка. Ребенка должны воспитывать родители, а все социальные институты могут лишь содействовать им в обеспечении условий для саморазвития, помогая показать свои индивидуальные задатки, склонности и реализовать их в приемлемой форме, полезной для него самого и общества. Современная семья испытывает целый ряд социальных, психологических, педагогических проблем, которые прямо или косвенно влияют на все стороны развития

ребенка, на его психологическое благополучие. В современном обществе происходит разрушение статуса семьи и внутрисемейных ценностей. Актуальной становится проблема прочности брака, увеличения количества разводов. Усиливается тенденция к отказу от семейных отношений в пользу партнерских, сознательного нежелания иметь детей (чайлдфри), возможность иметь биологических детей посредством современных биотехнологий репродукции человека, увеличивается средний возраст заключения браков и рождения первого ребенка.

Одна из проблем в воспитании детей – неправильное взаимодействие родителей и детей. Стиль родительского воспитания обычно является причиной появления у ребенка различных психических состояний, к которым можно отнести социальную защищенность ребенка или его чувство незащищенности, доброту ребенка или его озлобленность, гиперактивность ребенка и т. д.

Таким образом, воспитание сейчас нуждается в большем участии родителей, реформации школьного воспитательного процесса и более квалифицированных кадрах.

## **А. Дергачёва**

### **ДИАЛОГ КУЛЬТУР КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ**

Диалог культур – это общение с культурой, реализация и воспроизводство ее достижений, обнаружение и понимание ценностей других культур, способ присвоения последних, возможность снятия политической напряженности между государствами и этническими группами.

Диалог рассматривается как путь к пониманию другого человека, окружающего мира в целом.

Идея диалога культур подразумевает открытость культур друг другу.

Диалог культур способствует утверждению идеалов и практики толерантности как способ познания и уважения других, как путь к взаимному духовному обогащению.

Взаимодействие культур приобретает свою специфику на основе пересечения уникальных культурных систем.

Участвуя в диалоге культур, надо знать не только свою культуру, но и сопредельные культуры и традиции, верования и обычаи.

Глобализация и глобальные проблемы способствуют диалогу культур. В целом проблемы открытости к диалогу и взаимопониманию в современном мире приобретают глубокий характер.

При диалоге культур предусматривается взаимопонимание. А во взаимопонимании предполагается единство, сходство, тождество. В диалоге культур важно увидеть общечеловеческие ценности взаимодействующих культур, которые полно отражены в Декларации ООН о культуре мира.

Воспитание диалога культур является важным условием формирования личности, способной жить в поликультурном обществе.

Диалог культур был и остается главным в развитии человечества.

Таким образом, в условиях поликультурной ситуации овладение диалогом культур выступает важнейшим условием сосуществования представителей разных национальностей.

### **Ш. Керимова**

#### **СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

На современном этапе развития приоритет общечеловеческих ценностей, гуманистический принцип, положенный в основу современного образовательного процесса, требуют развития такого типа человеческих отношений, как сотрудничество, сотворчество, партнерство, умение работать в команде, способствующих становлению личности, свободно проявляющей себя в социальной и духовной сферах. Содружество и сотрудничество детей и взрослых повышает эффективность процесса общения, делает его активным, помогает развитию способностей личности. Но самое важное, на наш взгляд, достоинство педагогики сотрудничества в том, что она способствует утверждению в коллективе вместо императивного характера воспитательной работы личностно-гуманного, а это дает возможность формировать совершенно новые качества личности.

В работах Ш. А. Амонашвили, Г. М. Андреевой, В. Т. Кабуша, В. Г. Маралова, В. А. Ситарова и других раскрывается деятельностный, гуманистический характер сотрудничества, его диалогическая структура, подчеркивается необходимость освоения сотрудничества учащимися.

Основными признаками сотрудничества являются: целенаправленность (стремление к общей цели); мотивированность (активное, заинтересованное отношение к совместной деятельности); целостность (взаимосвязанность участников деятельности); структурированность (четкое распределение функций, прав, обязанностей, ответственности); согласованность (согласование действий участников деятельности, низкий уровень конфликтности); организованность (планомерность деятельности, способность к управлению и самоуправлению); результативность (способность достигать результата).

На наш взгляд, групповая работа наиболее применима и целесообразна при организации сотрудничества учащихся. При этом важно определить место учителя в совместной деятельности. Разнообразие форм работы позволяет осваивать учащимся новые для себя роли в социуме, такие как участник групп, лидер, консультант, контролер, учитель. В основе педагогического взаимодействия лежит совместная деятельность педагогов и учащихся. Его основными параметрами являются взаимоотношение, поддержка, доверие между учителем и учащимися.

Таким образом, анализ психолого-педагогической литературы показал, что именно отношения сотрудничества наиболее эффективно способствуют развитию учащихся как субъектов деятельности и становлению активной жизненной позиции воспитанников в целом.

**Д. Кирбай**

## ФОРМИРОВАНИЕ ГУМАННОГО ОТНОШЕНИЯ К ЛЮДЯМ

Гуманность в человеческих взаимоотношениях принадлежит к числу тех вечных вопросов, которые пронизывают собой всю историю развития человеческой мысли, приобретая в каждую историческую эпоху новое конкретное содержание. Особенно формирование гуманного отношения к человеку крайне важно сегодня, когда в обществе остро ощущается дефицит доброты, сочувствия, элементарного внимания к человеку.

Впервые идеи гуманизма получили свое распространение в эпоху Возрождения в работах Т. Мора, Р. Оуэна, Ф. Рабле, М. Фурье. В. Г. Белинский, А. И. Герцен, Н. Г. Чернышевский, Н. А. Добролюбов считали высшим предназначением деятельности личности на любой ступени лестницы общественной иерархии – быть человеком. Большой вклад в разработку проблем гуманизма внесли педагоги-новаторы, работающие на основе идей педагогического сотрудничества (Ш. А. Амонашвили, И. П. Волков, Е. Н. Ильин, В. А. Караковский, С. Н. Лысенкова, В. Ф. Шаталов, Н. Е. Щуркова). Все вышесказанное позволяет сделать вывод, что педагоги и исследователи, используя понятие «гуманность», подразумевают под ним общечеловечность.

Гуманность как нравственное качество является сложным интегративным психическим образованием, которое включает осознание и понимание норм морали, наличие гуманных чувств и нравственного поведения. Базовой категорией воспитания гуманности является понятие «гуманные чувства», т.е. эмоциональное переживание реальных гуманных отношений и взаимодействий.

В повседневной жизни гуманность проявляется через помощь каждому, попавшему в беду, защиту слабого, терпимость к мелким недостаткам людей. У каждого из нас существует потребности в дружбе, любви, материнстве, отцовстве, эмоциональном контакте. Именно гуманистические потребности – наиболее сильные внутренние побудители нравственной активности личности.

Также гуманность как качество личности тесно связана с другим ее качеством – альтруизмом, под которым понимается склонность к бескорыстной заботе о благополучии других и готовность жертвовать для других своими личными интересами.

Поэтому под «гуманным отношением к человеку» мы понимаем интегративное личностное образование, составляющими которого являются: *когнитивный компонент*, отражающий понимание человека как высшей ценности на Земле; *эмоциональный компонент*, характеризующийся

неравнодушием к переживаниям, проблемам, здоровью людей; *поведенческий компонент*, включающий оказание необходимой помощи человеку. Важно отметить, что формирование гуманистических отношений является реализацией гуманистических ценностей.

**А. Косяк**

## ПОЛИКУЛЬТУРНОЕ ВОСПИТАНИЕ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Поликультурное воспитание – это организованный педагогический процесс социализации личностей, отличающихся по языковому, этническому или расовому признаку. Поликультурное воспитание направлено на искоренение дискриминации среди детей и подростков, формирование чувства солидарности и взаимопонимания. Поликультурное воспитание призвано обеспечить толерантное сосуществование представителей различных культур.

Проблема поликультурного воспитания дошкольников в современных условиях развития поликультурного общества приобретает особую актуальность, так как дружелюбие и толерантность не передаются по наследству, в каждом поколении их надо воспитывать вновь, и чем раньше начинается формирование этих качеств, тем большую устойчивость они приобретают. Следует выделить главные задачи поликультурного воспитания детей дошкольного возраста: освоение культуры собственного народа; воспитание в детях толерантности по отношению к другим культурам; развитие навыков общения с детьми иных культур и этносов; воспитание позитивного отношения к культурным различиям; формирование представлений у детей о многообразии культур и их взаимосвязи.

Основное занятие детей дошкольного возраста – игра. Поэтому наиболее эффективными способами реализации поликультурного воспитания детей этого возраста будут подвижные игры.

Подвижные игры – самый эффективный метод развития личности ребенка при его непосредственном участии. Именно игра дает возможность ребенку самому «прожить» то, о чем он узнал в процессе непосредственно-образовательной деятельности. Рассказы о народных традициях не будут иметь полноценного результата, если не найдут продолжения в играх. Они являются наиболее результативными в работе с детьми старшего дошкольного возраста, так как именно этот возраст является сенситивным для воспитания нравственности, именно в этом возрасте закладывается фундамент для дальнейшего развития личности ребенка.

Результаты поликультурного воспитания детей дошкольного возраста: закрепление толерантности как основного критерия взаимодействия между людьми; развитие навыков общения с детьми не только своей национальности, но и других культур; воспитание гражданственности, патриотизма, уважения прав представителей других национальностей.

**К. Лавда, И. Заневская**

## **ФОРМИРОВАНИЕ ТОЛЕРАНТНОСТИ У СТАРШЕКЛАССНИКОВ**

В современном мире толерантность обретает все большие и большие масштабы. Люди стремятся к миру, где тебя никто не будет принижать за твою национальность, цвет кожи, вероисповедание и т.д, будут уважать тебя как личность. Толерантность способствует нормальному функционированию гражданского общества, именно поэтому у подростков необходимо формировать способность быть толерантным.

Как и обществу в целом, школе следует собственным примером подтверждать ценности толерантности и воплощать их. В каждом классе должна быть создана благоприятная среда для формирования толерантных установок. Поэтому толерантность важно формировать еще со школьных лет или даже детского сада. И показывать на собственном примере, как это важно – быть терпимым к другим. Преподаватель, в первую очередь, должен толерантно относиться к своим ученикам, которые порой могут различаться по своим способностям и скорости усвоения материала. Он также должен контролировать толерантное отношение своих учеников друг к другу, не допускать принижений и оскорблений.

Толерантность можно рассмотреть как социальную норму, в которую входят следующие компоненты: готовность принимать других людей такими, какие они есть; способность к эмпатии (сопереживанию); доверительные отношения; интерес к особенностям друг друга; признание равенства между людьми. У старшеклассников важно воспитывать такие качества, как способность идти на компромисс при разногласиях и спорах, справедливость в отношениях с людьми, способность встать на защиту любого человека, независимо от национальности.

Изучение языков является одним из самых плодотворных средств для воспитания толерантности и взаимопонимания, т.к. включает в себя изучение истории и культуры народа. При изучении нового языка мы изучаем не только лексику, грамматику, но и историю, обряды, искусство, этикет, традиции и обычаи носителей этого языка. Это, несомненно, помогает лучше понять культуру этого народа, помогает проникнуться ей.

Таким образом, для педагогов должна стоять важная задача – научить учеников толерантному отношению к представителям разных национальностей, рас и народов. Учитель должен формировать уважение к правам и взглядам других, проявлять терпимость и способность к компромиссам, а также уметь создать такую обстановку, в которой каждый ребенок чувствует себя личностью, с индивидуальностью и неприкосновенностью.

**В. Лытнева**

## ПОДВИЖНАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНИКА

Современный ритм жизни диктует свои условия: технологии стремительно развиваются и меняются, многовековые традиции остаются в прошлом, гаджеты меняют психику человека и существенно влияют на его жизненный уклад. Поэтому многие исследователи отмечают, что современные дети значительно отличаются от тех детей, которые росли 15–25 лет назад. Малоподвижный образ жизни формирует наиболее общие особенности врачебно-педагогической характеристики учащихся, а именно: нарушение мозгового кровообращения приводит к вегетососудистой дистонии и астеническому синдрому (выглядит как быстрая утомляемость, нарушение памяти, эмоциональная неустойчивость, проблемы в обучении); общая мышечная слабость, приводят к нарушению осанки различного характера, к уменьшенной или чрезмерной подвижности суставов, деформации стоп; ослабленные ученики часто отличаются необщительностью, порой скрытностью характера, отрицательным отношением к занятиям физической культурой и т.д.

Таким образом, сегодня особенно актуальна проблема поиска и разработки форм и методов, способствующих повышению физической активности школьников и улучшению их психического здоровья. Особое значение для решения проблемы имеют подвижные игры. Игровая деятельность рассматривается как наиболее естественная, природосообразная деятельность, с помощью которой ребенок познает мир и себя. Исследователи игровой деятельности подчеркивают ее уникальные возможности не только для физического, но и нравственного воспитания детей, особенно для развития познавательных интересов, выработки воли и характера, формирования умения ориентироваться в окружающей действительности, воспитания чувства коллективизма (Л. С. Выготский, О. С. Газман, П. Ф. Лесгафт, А. С. Макаренко, С. А. Шмаков, Д. Б. Эльконин, М. Г. Яновская и др.).

Играть для детей – это, прежде всего, двигаться, действовать, во время подвижных игр у детей совершенствуется координация движений, развивается инициативность и самостоятельность, уверенность и настойчивость. Дети учатся согласовывать свои действия и соблюдать определенные правила. Включение в игровую деятельность детей приводит к переживанию ими радости и повышению их настроения, наблюдается снижение напряженности взаимоотношений между сверстниками, выполнение согласованных действий в групповых заданиях.

Поэтому педагог должен не забывать о таком традиционном методе воспитания детей, как подвижная игра. Так как активная двигательная деятельность игрового характера и вызываемые ею положительные эмоции усиливают все физиологические процессы в организме, улучшают работу всех органов и систем.

**Ю. Нестерова**

## **ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНЫХ ЖИЗНЕННЫХ ПЛАНОВ У СТАРШЕКЛАССНИКОВ**

Проблема жизненного планирования начала активно изучаться с начала 60-х годов, но не теряет своей актуальности и сегодня. Жизненный план определяется как система целей, к которым личность стремится в процессе деятельности в любом возрасте. Однако особенно остро она проявляется у старшеклассников, т.к. деятельность учащихся данной ступени образования обращена в будущее. Формирование содержания их жизненных планов изменяет для них и значимость учения. Старшеклассники оценивают учебный процесс с точки зрения того, что он дает для их будущего. Именно поэтому жизненные планы рассматриваются как основа жизненного пути: выбор основных жизненных направлений, определение ключевых этапов и разрешение жизненных противоречий. Это означает, что конкретизация жизненной перспективы происходит только в жизненных планах, т.е. жизненный план выступает в качестве пути и средства достижения цели.

С другой стороны, понятие «жизненный план» можно трактовать как совокупность социальных и личностных средств и действий, направленных на реализацию мотивационно-потребностной сферы личности старшеклассника. Поэтому психолого-педагогическая поддержка, основанная на личностно-ориентированном подходе и направленная на стимулирование развития личности учащегося, является основой в формировании жизненных планов и самоопределении старшеклассников. Действия педагога должны быть ориентированы на эмоциональную стабилизацию личности учащихся и помощь в самоопределении. Педагог помогает старшекласснику создать систему целевых ориентаций, которая определяет перспективы во временном аспекте (ближайшие, средней отдаленности и отдаленные перспективы).

На современном этапе развития общества четко прослеживается взаимосвязь общественных потребностей и жизненных планов молодого поколения, которая определяется тремя характеристиками: реальными условиями развития общества, системой образования и собственными возможностями и способностями личности. Соответственно, жизненный план представляет собой сложное явление, которое совмещает социальное и личностное начало. Таким образом, педагогу необходимо обеспечить развитие учащихся в единстве урочной и внеурочной деятельности: реализация субъект-субъектного взаимодействия, психологическое и педагогическое информирование, психологическая диагностика, включение в позитивную социальную деятельность. Эффективной формой организации внеурочной деятельности, направленной на создание условий для формирования жизненных планов, может быть тренинг. Главным преимуществом тренинга является метод групповой работы, который наглядно демонстрирует участнику группы схожесть проблем и противоречий с другими участниками.

## **ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРИОРИТЕТОВ БЕЛОРУССКОГО НАРОДА**

Общечеловеческие ценности – это нравственные и эстетические нормы и принципы, значение которых признает и разделяет большинство людей, независимо от национальной, культурной, расовой, религиозной и социальной принадлежности.

Идеология любого развивающегося государства способна стать мощным интегративным фактором общественной жизни страны только в том случае, если она обогащается духовным опытом народа. Она становится действенной в той мере, которая соответствует своеобразию исторического опыта народа, его традициям, обычаям и социально-нравственным ценностям, выработанным на протяжении десятилетий и столетий. Вместе с тем она должна быть вписана не только в национальный, но и в мировой социально-культурный контекст.

Фокус внимания в данной статье сосредоточен на изучении ценностных приоритетов белорусского общества. Черты национального характера отражаются в литературе, легендах, фольклоре и традициях народа. Неповторимость и своеобразие белорусской культуры отражены в духовных ценностях и традициях белорусского народа.

В структуру духовных ценностей белорусского народа входят:

- 1) общечеловеческие ценности;
- 2) общеславянские ценности;
- 3) ценности восточного славянства (русских, украинцев и т.д.);
- 4) духовные ценности белорусов (религия – православие, католицизм).

Славянский менталитет впитал в себя христианскую традицию, предполагающую уважение к власти, служение Отечеству, чувство долга, веру в идеал, стремление к святости, добродетели.

Нужно подчеркнуть, что в иерархии духовных ценностей белорусского народа особое значение имеют: толерантность, терпимость, патриотизм, христианские принципы, справедливость, стремление к свободе, трудолюбие, миролюбие. Таким образом, охарактеризованные особенности ценностных ориентаций повседневного поведения людей в полной мере относятся к традиционным ценностям, представляющим собой богатейшее социокультурное достояние белорусского народа, которое находит свое воплощение и конкретизацию в современной идеологии белорусского государства. О прочности и устойчивости этих ценностей в самосознании всех пластов населения, в том числе и молодежи, убедительно свидетельствует тот факт, что 97 % молодых людей, как зафиксировали социологические исследования, проявляют уважение к традициям, а также верность исторической памяти народа.

## **В. Скоробогатый**

### **МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ УЧИТЕЛЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

Отличительной чертой развития современного общества является взаимодействие культур и цивилизаций. В наши дни большие массы людей участвуют в международных форумах и конференциях, работают в международных политических, экономических и профессиональных организациях, в многонациональных компаниях, белорусские студенты обучаются за рубежом, а белорусские туристы путешествуют по всему миру.

С целью определения уровня подготовки учащихся к межкультурной коммуникации, а также с целью повышения данной подготовки по некоторым аспектам был разработан урок, в ходе проведения которого сравнивались нормы этикета, правила поведения в обществе двух стран: родной – Беларуси и страны изучаемого языка – Англии. Данный урок был предложен ученикам 6 класса. В результате проведенного в начале урока теста я выяснил, что лишь 2 ученика из 14 сталкивались с понятием «межкультурная коммуникация», что составляет 14 %. Однако определение понятию «межкультурная коммуникация» попытались дать три ученика, что составляет 21 % от общего количества учеников. Старания ребят не могли не порадовать. Более того, ребята рассуждали в нужном направлении. На вопрос, в какой форме учащиеся хотели бы получать информацию о культуре Англии, были даны следующие ответы: «книги, Интернет, телевидение» и др. Учащимся также было предложено высказаться, в какой форме, виде они хотели бы получать информацию о другой культуре. Данный опрос показал, что для детей наиболее оптимальной формой представления информации о культуре страны изучаемого языка являются фильмы, презентации. После прохождения теста в начале урока ученикам была представлена информация о правилах, нормах этикета двух стран. Автор раздал ученикам информацию, а они, в свою очередь, должны были представить ее своим одноклассникам, разыграв мини-сценки, заранее сказав, о какой стране пойдет речь, а после объяснив само правило этикета. «Проиграв» данные нормы этикета, ученики лучше их запомнили. На следующем этапе урока автор показывал ребятам картинки с изображением представленных ранее правил и норм этикета, а они должны были отгадать, к какой стране относится данное правило. Данное упражнение помогло закрепить полученную учениками информацию. Вся информация, представленная на уроке, заинтересовала учеников.

Итак, в современном мире важное место отводится межкультурной коммуникации. Для того чтобы не возникало трудностей при общении с представителями других культур, мы должны быть в полной мере осведомлены об их культуре, истории, манере поведения. Данная задача может быть решена на уроках иностранного языка при правильном подборе методов и форм обучения.

## П. Сташинский

### АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Проблема межкультурного образования и коммуникаций в современном мире приобретает возрастающую актуальность как среди отечественных, так и зарубежных исследователей.

Социальный заказ общества требует становления поликультурной личности, сочетающей в себе системные знания в межкультурной педагогике и межкультурном образовании, в области взаимодействия различных культур, стремление и готовность к межкультурному диалогу.

Все большее внимание в белорусской школе уделяется межкультурному образованию как фактору динамики культуры.

Тренинги, деловые, обучающие и ситуационные игры помогают выработке умений приспособления к поликультурной среде, сотрудничеству представителей разных культур.

Большое внимание в современном мире уделяется формированию у обучающихся такого качества личности, как толерантность. Толерантный человек способен осознавать право представителя другой культуры быть иным, видеть в нем носителя других ценностей, положительно к ним относиться, уметь взглянуть на мир с чужой точки зрения.

Поликультурная педагогика, вобравшая в себя основные идеи культуры мира, – сравнительно молодая отрасль научного знания, возникшая на рубеже веков как педагогическая реакция на такие острые проблемы, как глобализация в современном мире, межличностные, межгрупповые конфликты, различные дискриминационные явления, классовые, политические и религиозные противоречия. Глобализация, с одной стороны, способствует развитию науки, техники и экономики стран, расширению международного сотрудничества, а с другой – ведет к унификации образа жизни и исчезновению культурной самобытности каждого народа.

Целью поликультурной педагогики является стремление создать общество, в котором культивируются уважительное отношение к личности, защита достоинства и прав каждого человека.

Межкультурное образование в современном обществе становится также важным фактором человеческого капитала, так как превращает современного человека не только в развитую личность, но и в личность, социально и экономически свободную.

Знание иностранных языков дает современному человеку реальную возможность занять в обществе более престижное положение.

Языковое многообразие и разнообразие культур рассматриваются в настоящее время как один из наиболее ценных элементов мирового, европейского и общероссийского культурного наследия.

**М. Тихон, Е. Трушкова**

## ФОРМИРОВАНИЕ НЕНАСИЛЬСТВЕННОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ

В наши дни выступать против насилия почти невозможно, однако можно найти первопричину и ликвидировать последствия. Согласно принципу ненасилия человек обязан вести себя не как существо, озабоченное лишь материальными запросами, а как цельная личность с развитым пониманием экологической совести и долга, формирование которых происходит у каждого человека в дошкольном и школьном возрасте родителями и педагогами. Так возникает понятие «экологическое образование», которое в последние годы в нашей стране приобрело значимость благодаря Кодексу Республики Беларусь об образовании (Статья 18. Задачами воспитания являются: 2.3. формирование нравственной, эстетической и экологической культуры; 5.10. экологическое воспитание, направленное на формирование у обучающегося ценностного отношения к природе).

В дошкольных учреждениях экологическое образование осуществляется на основе обновленного варианта Национальной программы воспитания и обучения «Пралеска» в образовательной области «Ребенок и природа». Нельзя не упомянуть проект «Зеленые классы белорусской столицы», разработанный при поддержке Европейского союза и Программы развития ООН «Содействие развитию всеобъемлющей структуры международного сотрудничества в области охраны окружающей среды в Республике Беларусь». В настоящее время в Республике Беларусь дипломы «Зеленая школа» получили 44 учреждения образования и 134 подали заявки на участие в этой программе. Запланировано проведение экологоориентированных и воспитательных занятий, мероприятий и экскурсий на экологических тропах г. Минска, создание кружков, ориентированных на занятия в природных условиях.

С целью определения отношения населения к экологии и к формированию экологических привычек нами было проведено анкетирование, ориентированное на экологическое воспитание в нашей страны, в котором приняли участие 39 респондентов разного пола и возраста. 97 % испытуемых уверены, что в Беларуси должно уделяться большее внимание теме охраны окружающей среды и 87 % испытуемых уделяли бы внимание данной проблеме на своих уроках, если бы были учителями. Самую большую сложность вызвал вопрос: «В каких мероприятиях по охране окружающей среды вы принимали участие?».

Таким образом, было выявлено, что в Республике Беларусь уделяется не достаточно внимания формированию ненасильственного отношения школьников к окружающей среде. Хотелось бы, чтобы педагоги и родители задумались об идее экологического образования, тем самым стараясь воспитать новое поколение, которое будет заботиться об окружающей среде, улучшая экологическую ситуацию как в нашей стране, так и в мире.

**М. Чирич**

## ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ДЕТЕЙ

Поскольку право является неотъемлемой частью жизни общества, дающееся человеку с момента его рождения, а благодаря осуществлению прав и свобод человека проявляется уникальность личности, раскрываются возможности каждого человека, то данная тема становится все более актуальной и решающим образом сказывается на развитии общества. Проблема прав человека рассматривается различными учеными: философами, юристами, психологами, педагогами.

Самым первым документом, показавшим всю важность необходимости защиты детей, была Женевская декларация прав ребенка (1924), в которой заботу о детях объявили обязанностью всего человечества. Данный документ положил начало работы над проблемой защиты прав и свобод детей. Позже был создан специальный Детский фонд ООН (ЮНИСЕФ), осуществляющий международную защиту прав детей, который и предложил Конвенцию о правах ребенка (1989), где ребенок рассматривается как субъект права, которому представлен весь спектр прав человека, а не только как объект, требующий социальной защиты.

Наша страна, признавая важность международного сотрудничества для улучшения положения детей, также подписала и ратифицировала «Конвенцию о правах ребенка». Беларусь заявила о своем обязательстве привести законодательство в соответствии с ее положениями, обеспечив тем самым правовую базу для создания в стране достойных условий жизни для каждого ребенка, без какой бы то ни было дискриминации. Кроме того, на основе Конвенции, в Республике Беларусь действует Закон «О правах ребенка», который определяет правовой статус ребенка как самостоятельного субъекта и направлен на обеспечение его физического, морального и душевного здоровья. Но, несмотря на многочисленные усилия, разрешить многие проблемы в этой сфере так и не удалось. Например, сегодня мы видим рост детской преступности, беспризорность, несоблюдение государствами международных стандартов по защите детей, отсутствие особого судебного механизма, занимающегося проблемами нарушения прав и свобод детей и, конечно же, насилия по отношению к ребенку.

На данный момент проблема насилия становится все более актуальной и распространенной, что подтверждает необходимость ее дальнейшего изучения с целью поиска эффективных методов предупреждения данной проблемы. Распространенность насилия и жестокого обращения с детьми требует усиления профилактической работы и принятия мер против него. Государства, ставшие участниками «Конвенции о правах ребенка» и многих других международных договоров, должны не только гарантировать возможность для каждого ребенка реально пользоваться своими правами, но и обеспечивать надлежащую правовую защиту в случае нарушения их прав.

## СЕМЬЯ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ РЕБЕНКА

Что же понимают под нравственностью? По словам М. Пришвина, нравственность «есть отношение силы разума к силе чувств», можно сказать, что это – не приказ следовать моральным догмам, по которым должен жить человек, а развитие заинтересованности и желания в следовать данным принципам в своей жизни, это и есть одна из главных функций семьи. Говоря простым языком, это умение и желание человека жить по моральным нормам, правилам, принципам. Нравственность не передается с генами, ее надо воспитывать.

Несмотря на интенсивный уровень развития человечества во всех сферах деятельности, семья остается первоначальным, основополагающим институтом воспитания ребенка. Что дает семья? Первоначально – любовь, заботу и внимание. Затем ребенок начинает приобретать опыт поведения в родной «экосистеме» – семье. В силу малолетнего возраста, не имея еще жизненного опыта и знаний, дети не всегда могут разобраться, что хорошо и что плохо. Поэтому они стараются найти объект подражания среди взрослых, в первую очередь – в родителях. Воспитание, в обязательном порядке, должно подкрепляться конкретными примерами: уважительное отношение отца и матери к своим родителям, почтительное отношение родителей к пожилым людям, забота о домашних питомцах, организованность, собранность, пунктуальность и т.д. Если родители не обладают данными качествами, то воспитательный процесс не приведет к нужному результату.

Вместе с тем следует отметить, что ребенок должен быть нацелен на соблюдение указанных ценностей и догм не только в раннем возрасте и в маленьком коллективе – семье, но и должен ими руководствоваться на протяжении всей своей жизни, став неотъемлемой частью общества. По мере взросления расширяются и границы нравственного воспитания ребенка, акценты делаются на уважении человеческой жизни, отрицании всех форм насилия, заботе об окружающей среде, нетерпимости к несправедливости, развитию толерантности и др.

Такая форма воспитания детей характерна не только для конкретного региона, но и для всего мира, что нашло подтверждение в Международных программах обмена для школьников, где делается акцент не только на обучение, но и на проживание в семье в течение определенного времени. Это дает ребенку возможность познакомиться с семейными традициями и культурой другой страны.

Таким образом, несмотря на разную расовую принадлежность людей, характерные особенности культуры наций, их обычаи и традиции, вероисповедание, нравственные ценности, закладываемые семьей, являются одинаковыми и незыблемыми для всех народов мира.

Т. Шука

## ПРОБЛЕМА ДОСТУПНОСТИ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Приняв 25 сентября 2015 года в числе государств-членов Организации Объединенных Наций повестку дня в области устойчивого развития до 2030 года, Беларусь взяла на себя обязательства по достижению 17 Целей устойчивого развития (далее – ЦУР). Учитывая то, что в настоящее время в Беларуси живет около 568 тысяч людей с инвалидностью, из которых более 32 тысяч составляют дети, понимается значение задачи 4.5 ЦУР: *к 2030 году обеспечить равный доступ к образованию и профессионально-технической подготовке всех уязвимых групп населения, а именно инвалидов.*

Конституция Республики Беларусь гарантирует доступность и бесплатность общего среднего и профессионально-технического образования; среднего специального и высшего образования – в соответствии со способностями каждого. Но на практике для обеспечения доступности высших и средних специальных учебных заведений делается пока слишком мало. В Кодекс об образовании не внесены изменения по критериям предоставления финансовой помощи студентам с целью обеспечения социальной справедливости независимо от пола, расы, цвета кожи, ограниченных возможностей ... или иного положения. Мероприятия по созданию в стране безбарьерной среды не могут быть реализованы повсеместно в силу объективных причин. Отсутствуют специальные средства и специальные образовательные программы для лиц с нарушением зрения и слуха, а также преподавательский состав, который готов профессионально работать с такой категорией студентов.

Люди с инвалидностью по психическому профилю (психические заболевания, заболевания нервной системы и аномалии развития) менее остальных категорий вовлечены в образовательный процесс, имеют минимальные возможности для получения высшего образования. В Беларуси отсутствует законодательное регулирование вопросов дистанционного обучения для людей с инвалидностью,

В настоящее время в системе образования Республики Беларусь создана модель интегрированного обучения, т.е. обучение детей с инвалидностью в специальных интегрированных классах либо в учреждениях специального образования, а модель инклюзивного образования (обучение детей с особыми потребностями в массовых школах) находится только на этапе формирования.

Беларусь начала первые реформы по решению обозначенных проблемных вопросов, однако их результаты остаются пока минимальными.

**Круглый стол**  
**«ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ:**  
**ВЗГЛЯД МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ»**

**А. Котлерчук**

**ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ДИАЛОГ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ**  
**КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ**

Образование является постоянно изменяющейся системой. Развитие науки, технологической сферы, расширение доступа к информации, а также процесс глобализации влияют на образ жизни современного человека и, соответственно, образ его мысли. С одной стороны, человек сталкивается с проблемой переизбытка информации, а с другой – ее дефицита. Причиной этому служит большое количество искаженных материалов и сложность поиска достоверных сведений. Учащиеся и студенты часто используют интернет-источники для своего образования, но недостаточное количество опыта и неспособность критически оценивать информацию приводят к ложным убеждениям и пассивности восприятия. Принимая во внимание этот факт, определим одну из важнейших задач современного образования – развивать критическое мышление учащихся. Реализация поставленной задачи возможна лишь под профессиональным руководством компетентного педагога, владеющего определенными методами и приемами, и соответствующей организацией учебного процесса.

Педагогический диалог представляет собой технологию, которая отвечает главным целям образования (формирование разносторонне развитой, нравственно зрелой и творческой личности обучающегося) и предлагает эффективные способы их достижения. В основе данной технологии лежат субъект-субъектные отношения, где педагог и ученик взаимодействуют как равные участники. Сотрудничество и открытость обеих сторон позволяет сохранять познавательную активность, увлеченность, и способствует продуктивному образовательному и воспитательному процессу.

Существуют такие виды диалогового взаимодействия, как дидактические игры, учебные дискуссии, эвристические беседы, дебаты, круглые столы. Данные методы легко применить при организации внеклассных мероприятий, однако выстроить предметные уроки лишь на диалоговых приемах невозможно. Педагогам важно уметь выделять самые эффективные из них и внедрять их в учебный процесс, придавая ему оживленность и осознанность. Важно помнить, что основная цель технологии педагогического диалога заключается в развитии умения анализировать

содержание текста (в широком понимании слова), находить проблемы, формулировать свои обоснованные выводы, выносить собственные оценки и решения.

В качестве заключения следует отметить, что для формирования критически мыслящей личности с активной жизненной позицией необходимо разрабатывать технологию педагогического диалога, внедрять в учебный процесс ее приемы и методы; а также уделять особое внимание подготовке и переподготовке педагогов, которые будут способны реализовывать данную технологию на практике.

**Е. Магаревич**

## ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЛИЧНОСТИ КАК АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА НООСФЕРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ноосферное образование, появившееся в конце XX века, учитывает опыт В. И. Вернадского в изучении биосферы и переносит ответственность за закономерности в природных процессах на самого человека: «Человечество, взятое в целом, становится мощной геологической силой. И перед ним, перед его мыслью и трудом, становится вопрос о перестройке биосферы в интересах свободно мыслящего человечества как единого целого. Это новое состояние биосферы, к которому мы, не замечая этого, приближаемся, и есть “ноосфера”».

Целевыми установками ноосферной школы является формирование личности двух взаимосвязанных образов: образ Я (Мира) и образ жизни (мироосвоения) (Маслова, Н. В. Ноосферная школа / Н. В. Маслова, В. В. Кожевникова, Н. Г. Куликова [и др.]. – М.: 2009. – 85 с.).

Важным условием ноосферного образования является гуманизация человеческого сознания. «Человечество в преддверии XXI века стоит на распутье. Создав колоссальной мощи техносферу, оно обнаружило, что вместе с научным прогрессом – огромным благом для общества – оно потеряло духовность, нравственность, красоту» (Г. С. Смирнов. Образование ноосферы философско-методологические проблемы эволюции сознания). Экологизация сознания также освещена в труде Г. С. Смирнова: «Экологизация сознания в широком смысле понятия – это процесс все более глубокого духовного освоения окружающей природной среды, <...>».

Методом экологизации сознания может являться создание учащимся экологических проектов (например, «Как я могу уменьшить потребление пластика в моей жизни?», «Сколько людей может жить на нашей планете?»), участие в дискуссиях на естественнонаучные темы (например, «К чему приведет неразумное использование питьевой воды в нашей жизни?»), вовлечение в научную жизнь и поощрение стремления к духовному развитию.

Эффективным методом гуманизации сознания учащегося может стать написание эссе на уроках литературы, оформленных в виде «писем» автору произведения и т.д., проведение диспутов, на которых обсуждаются острые вопросы (например, «К какой категории людей, согласно теории Раскольникова, относите себя Вы?», «Каким, по Вашему мнению, должно быть детство и как сделать так, чтобы оно не уходило?»).

Активное формирование моральных ценностей стимулирует в учащемся понимание, что собственное и всеобщее будущее зависит только от него самого. Виктор Гюго рассуждал: «Будущее отныне принадлежит двум типам людей: человеку мысли и человеку труда. В сущности, оба они составляют одно целое, ибо мыслить – значит трудиться».

**Н. Макарова**

### ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ФАСИЛИТАЦИЯ: СУЩНОСТЬ И УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Педагогическая фасилитация (от англ. facilitate – облегчать) предусматривает улучшение продуктивности обучения и воспитания учащихся за счет особого недирективного стиля общения и личности педагога. Одним из первых обратил внимание на данный феномен в образовании К. Роджерс (К. Роджерс, Дж. Фрейберг, 1994). Фасилитация предполагает качественно новые субъект-субъектные отношения между учителем и учеником, в которых преподаватель занимает позицию адлеровского «старшего брата», выслушивает собеседника, может поделиться своим мнением, но не навязывает его.

Основными принципами педагогической фасилитации, согласно К. Роджерсу, выступают: конгруэнтность, безусловное принятие, эмпатическое понимание (К. Роджерс, 1961). Учитель должен стремиться к саморазвитию, так как «только личность может действовать на развитие и определение личности, только характером можно закалять характер» (К. Д. Ушинский, 1948). В то же время фасилитатор проявляет уважение к взглядам и чувствам школьников, чем способствует формированию позитивной Я-концепции. Авторитарная позиция преподавателя нередко приводит к дефициту самооценности личности, как следствие, к апатии или перфекционизму. Подобное самоотношение становится препятствием на пути личностного роста. Напротив, вера учителя в потенциал ученика устраняет невротическую зависимость от мнения окружающих, повышает самоуважение и самоподдержку.

Другим важнейшим аспектом фасилитации является формирование благоприятного микроклимата в классе. Важно, чтобы на занятии приветствовались разные мнения, это будет способствовать более широкому представлению об окружающей действительности, а также поиску личностных смыслов. Задачей учителя является поддержка учащихся

в формировании диалогового мышления, более глубокого мировосприятия. Для этого можно применять дебаты, ролевые игры, анализ поведения литературных персонажей, обсуждения, методы экзистенциального анализа.

Учителю-фасилитатору важно активно использовать межпредметные связи, приводить примеры из разных областей знания. Необходимо уделять внимание проблемным заданиям, ситуациям, требующим морального выбора, так как они способствуют ценностной ориентации личности. Непременным условием организации педагогической фасилитации является также творческая активность учителя и учащихся. По принципу: «Меньше созерцательности, больше созидательности» (Ш. А. Амонашвили, 1982).

Подход к оцениванию в рамках фасилитации существенно отличается от традиционного. На первый план выходит не внешний, а внутренний «локус оценки». Как правило, это осуществляется в рамках рефлексии в конце урока.

Таким образом, педагогическая фасилитация основана на творческом межличностном взаимодействии и направлена на раскрытие уникальной личности школьника и обретение им личностных смыслов, что имеет особую ценность в личностно-ориентированном обучении.

## **Е. Резанович**

### **ПРОБЛЕМЫ ДУХОВНОГО РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ НАСЛЕДИИ СВЯТИТЕЛЯ ИОАННА ЗЛАТОУСТА**

Святитель Иоанн, живший в 347–407 годах, получивший за свое духовное красноречие имя Златоуст, был архиепископом Константинопольским, богословом, отцом Восточной церкви. Печатные каталоги насчитывают более 1900 манускриптов с его сочинениями. Святитель Иоанн Златоуст большое внимание уделял духовно-нравственному воспитанию личности ребенка.

По мнению Святителя, главной целью духовно-нравственного воспитания было воспитание православного и добродетельного человека. По сравнению с будущими небесными дарами и благами, все земное, все богатства и наслаждения кажутся ничтожными и малоценными. Но при этом он не считал светское образование не нужным, а лишь отодвигал его на второй план. Но такая воспитательная цель может быть достигнута только при разумном внешнем воздействии на детей, без крайне сурового отношения к ним. При этом в ребенке необходимо воспитать важнейшую христианскую добродетель – послушание, Послушание – это внутренний отказ от всякого самостоятельного действия.

С точки зрения Святителя в воспитании ребенка важен метод личного примера воспитателя. Учителю важно самому исполнять то, чему он учит детей. Учитель должен быть образцом благородства: «Сила его проповеди, –

пишет Святитель, – зависит больше не от учения, а от его дел и жизни. Кто может быть несчастнее того учителя, ученики которого только тем и спасаются, что не смотрят на его жизнь».

Процесс духовно-нравственного воспитания, по мнению Иоанна Златоуста происходит по принципам: доступности, систематичности, прочности, связи теории с практикой. Данный принцип проявляется в увеличении объема содержания, его качественно новом уровне, особенностях используемых методов и средств. По мнению Святителя, воспитание и обучение должно происходить так, чтобы передаваемые знания и умения могли найти отражение в реальной жизни.

В IV веке в педагогике Византии не было четкого разграничения процессов обучения и воспитания. Человек, который приставлялся к ребенку, нес одновременно две функции – обучения и воспитания. Кроме того, второе считалось важнее первого. Цель христианского образования – человек с его моральными качествами. Чтобы начать обучение, считал Святитель, важно сначала заложить фундамент «доброй нравственности». Единство воспитания и обучения в православной педагогике достигается через уроки любознательности. В привычном для нас понимании «любознательность» – это любовь к мудрости, стремление к познанию истины. Святитель рассматривает любознательность и в узком смысле. В узком смысле «любознательность» означает «размышление о духовных предметах», «устремленность к добрым делам».

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: обучение не только дает знания и научает, но также оно должно воспитывать, духовно взращивать личность, в результате чего должна сформировываться цельная, нравственная личность. При этом следует учитывать то, что не только обучение должно быть воспитывающим, но и воспитание обучающим.

## **А. Тимошина**

### **ПРОБЛЕМА ЛИЧНОСТИ УЧИТЕЛЯ В НАСЛЕДИИ А. С. МАКАРЕНКО**

Еще в самом начале XVII в. были сформулированы обширные и четкие требования к личности учителя, которые не устарели и по сей день. Свой вклад в эту важную тему внесли такие известные мыслители, как Ф. Аквинский, М. Монтень, А. Дистервег, Ш. Фурье, К. Д. Ушинский, Я. А. Коменский и др.

Но, по мнению автора, наиболее страстно и глубоко к рассмотрению проблемы личности учителя подошел А. С. Макаренко. Он не просто требовал наличия и постоянного накопления педагогического опыта, главное в его теории – постоянная переработка опыта в отношении с учениками, учитывая личные качества ребенка, обстановку, фактор времени и т.д. Нельзя один и тот же прием применять трафаретно, без поиска твор-

ческих вариантов, поправок, наиболее эффективных для данного ученика. «Теория должна разработать педагогическую технику, она должна повернуться лицом к практике... Большая бедность в педагогической методике, в технике, и поэтому окончившие педагогические вузы ничего не знают: как надо говорить с учеником, нет умения сидеть, стоять, не знают, как надо пройти по лестнице. Вы скажете, что это пустяк. А я утверждаю, что в педагогике это не пустяк», – утверждал Макаренко в Высшем коммунистическом институте просвещения.

В подготовительных материалах к «Педагогической поэме» Макаренко высмеивает педагогическую литературу, где выделялись такие главные качества педагога, как чуткий, добрый, любящий детей, энтузиаст с сердцем, переполненным любовью даже к самому испорченному ребенку. Он считал, что «сердце воспитателя» не должно постоянно использоваться в качестве регулятора отношений детей. «Иначе эта “система добрых сердец” приведет не только к ханжеству, но скоро осложнится борьбой за симпатии детей, за титул “наиболее любимого учителя”», – считал Макаренко. Но не вся советская педагогика разделяла его взгляды. А, скорее наоборот, большинство педагогов просто ужасались методам, которые применял Макаренко. Они обвиняли его в том, что он не соблюдает «права личности ребенка», принуждает детей к труду, к полувоенной дисциплине. Хотя, в то же время, сам Макаренко отмечал, что педагог обязан подходить к «человеку с оптимистической гипотезой, пусть даже с некоторым риском ошибиться», «хорошее в человеке приходится всегда проектировать, и педагог обязан это делать».

Хотелось бы, чтобы требования А. С. Макаренко к личности учителя были актуальны повсеместно и в наши дни, поскольку результаты его деятельности, а именно спасенные души испорченных детей, – особый след в истории педагогики.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

<i>Адзерихо Д.</i> Названия мелкопитающих в немецком и русском языках: ономазиологические параметры сопоставления .....	3
<i>Анисковец Д.</i> Метафорическое моделирование в спортивном медиадискурсе.....	4
<i>Бернацкая Н.</i> Неологизмы в сфере информационных технологий в современном английском и русском языках.....	5
<i>Бобоед Я.</i> К вопросу о модификациях фразеологизмов в немецкоязычном пиар-дискурсе .....	6
<i>Бондарчук Т.</i> Возникновение коллоквиальных слов на основе терминологической лексики .....	7
<i>Бугакова Г.</i> Фразеологизмы, характеризующие человека, в австралийском варианте английского языка .....	8
<i>Будник Е.</i> Семантика прилагательных цветообозначения в современном английском языке.....	9
<i>Войтеховский И.</i> Репрезентация концепта «город» в русской и англоязычной лингвокультурах .....	10
<i>Головач А.</i> Особенности функционирования субстантивной лексики в англоязычном экономическом дискурсе.....	11
<i>Головко А.</i> Зоонимы как инвективные обозначения человека в современном английском языке.....	12
<i>Голос А.</i> Метафора в медицинской терминологии .....	13
<i>Гончарова Д.</i> Паремиологические параллели в русском и немецком языках .....	13
<i>Груша А.</i> Речевые стратегии в политическом дискурсе .....	14
<i>Гуляева А.</i> Междометия в составе фразеологизмов английского и немецкого языков.....	15
<i>Дмитренко Д.</i> Глагол как средство речевого воздействия в американском политическом дискурсе .....	16
<i>Змитрович Л.</i> Фразеологизмы с орнитонимами как индикаторы характеристики человека .....	17
<i>Зотова Д.</i> Способы создания исторической достоверности в романе Ф. Грегори “The Other Queen” .....	18
<i>Зульфугарова К.</i> Метафорическое представление действительности в спортивном комментарии .....	19
<i>Иванюк В.</i> Особенности ассимиляции англицизмов в немецком языке.....	20
<i>Козачук А.</i> Фразеологические единицы, фиксирующие концепт «работа» в немецком языке.....	21
<i>Кулага А.</i> О лингвистическом статусе фразеологизмов (на материале современной немецкой прозы) .....	22

<i>Кульбеда А.</i> Семантика и этимология слов военной тематики (на примере английской лексической единицы <i>warrior</i> ).....	23
<i>Лесняк Я.</i> Сопоставительный ономаσιологический анализ фитонимов в современном и древнеанглийском языке (на материале названий деревьев, кустарников, трав и ягод, наиболее распространенных в Великобритании).....	24
<i>Линник Ю.</i> Рекламные слоганы: переводим восприятие в сферу бессознательного .....	25
<i>Мальчицкая А.</i> Лингвистические средства формирования имиджа Республики Беларусь в немецкоязычных СМИ .....	26
<i>Маразенко Ю.</i> Типы содержательных связей в семантической структуре существительных-фаунонимов в немецком языке.....	27
<i>Менько А.</i> Структурные особенности английских неологизмов-аббревиатур .....	28
<i>Микулан И.</i> Языковые особенности англоязычного художественного дневника .....	29
<i>Милюша А.</i> Ономотопы во фразеологическом фонде английского и немецкого языков .....	30
<i>Муковозчик Ю.</i> Объективация концепта «красота» в модных журналах .....	31
<i>Нуриева С.</i> Английские фразеологизмы как отражение национального характера англичан .....	32
<i>Панасенко А.</i> Инвективы в коммуникации между мужчиной и женщиной (на материале немецкого языка).....	33
<i>Петросян К.</i> Стратегии и тактики речевого воздействия в агональном жанре .....	34
<i>Пешко М.</i> Семантические особенности новой английской туристической лексики.....	35
<i>Пиневская А.</i> Реализация инвективных стратегий в дебатном дискурсе.....	36
<i>Полукошко А.</i> Семантические особенности неологизмов в сфере компьютерных технологий .....	37
<i>Попкович К.</i> Фреймовая организация концепта «противоположность».....	38
<i>Прихач В.</i> Экспликация концепта «время» лексическими средствами русского языка .....	39
<i>Радионова М.</i> Понятие «здоровье» в фразеологии немецкого и английского языков .....	40
<i>Рогалевич Ю.</i> Семантические особенности немецких и русских фразеологических единиц с цветовыми компонентами 'черный' и 'белый' .....	41
<i>Рубан Е.</i> Как понять английские неологизмы сферы интернет-технологий .....	42
<i>Рудько И.</i> Паремии немецкого языка в контексте истории Германии.....	43
<i>Сергей Е.</i> Некоторые лакунарные единицы английского и русского языков .....	44

<i>Сивацкая Д.</i> Структурно-семантические особенности современной англоязычной кинокритики .....	45
<i>Сопиева А.</i> Семантическая деривация коллоквиальных глаголов в немецком языке .....	46
<i>Спарии В.</i> Отрицательная оценка интеллектуальных способностей человека в английском языке (на материале имен прилагательных).....	46
<i>Тройчук А.</i> Имплицитные средства оценки в англоязычной финансовой документации .....	47
<i>Туровец Н.</i> Фразеологические средства передачи эмоционально-оценочной информации в новостном дискурсе (на материале немецкого языка).....	48
<i>Хлусевич Е.</i> Особенности лексики региональных вариантов испанского языка .....	49
<i>Шахрай Е.</i> Особенности репрезентации концепта «чемпионат мира по футболу» .....	51
<i>Шибeko Е.</i> Особенности семантических описаний в разноязычных лексикографических традициях .....	51
<i>Шшико Д.</i> Оппозиция 'krank – gesund' в немецкой фразеологии .....	52
<i>Янкова В.</i> Семантика конструкций-неологизмов <i>Aldi-[...]</i> и <i>[...]-Aldi</i> (на материале корпусов немецкого языка) .....	53
<i>Ярошевич Н.</i> Заимствование в компьютерной терминологии современного немецкого языка.....	54
<i>Яценя А.</i> Способы образования английских неологизмов на материале журнала "Cosmopolitan" .....	55

## КУЛЬТУРОЛОГИЯ

<i>Адамович А.</i> Проблема христианско-исламского диалога в условиях нарастания иммиграционных процессов в Европе.....	57
<i>Амельянова А.</i> Художественные особенности творчества испанского художника Эль Греко.....	58
<i>Аринович Е.</i> Коммуникация, ее тенденции на фоне глобализации .....	59
<i>Артюх А.</i> Современный мир и религия.....	60
<i>Барановская М.</i> Древнерусское и византийское наследие в архитектуре России XIX века.....	61
<i>Батуро К.</i> Подарки и сувениры в деловых отношениях .....	62
<i>Бичик Е.</i> Современные СМИ, их влияние на общество.....	63
<i>Борисенкова Ю.</i> Библия как источник художественных образов .....	64
<i>Бурундукова А.</i> Роль цвета в художественной выразительности произведений киноискусства .....	65
<i>Голуб Е.</i> Бесценный вклад русской литературы XIX века в мировую культуру .....	66

<i>Деркач К.</i> Особенности невербального общения итальянцев.....	67
<i>Короленко Д.</i> Роль межконфессионального диалога между лидерами основных религий в решении глобальной миграционной проблемы.....	69
<i>Крук У.</i> Палладианство в английской культуре .....	70
<i>Майсюк Д.</i> Религиозные ценности как основа межкультурной коммуникации.....	71
<i>Маслова М.</i> Традиция сохранения памяти о православных святых и ее значение в духовно-нравственном воспитании людей .....	72
<i>Мельникович А.</i> Отношение молодого поколения к религии на современном этапе.....	73
<i>Михно А.</i> Лексические особенности речи политика (на материале текстов публичных выступлений Т. Мэй).....	74
<i>Морозов В.</i> Проблемы современной семьи .....	75
<i>Полюх Е.</i> Двойственность природы русских, ее истоки.....	76
<i>Потребко М.</i> Этикет вручения подарков на Востоке.....	77
<i>Радион Д.</i> Реализм живописи России второй половины XIX века.....	78
<i>Рябко Д.</i> Мода как социальное явление .....	79
<i>Савеня Д.</i> Белорусы глазами представителей других культур.....	80
<i>Сможенкова Ю.</i> Выдающиеся открытия российской науки второй половины XIX века .....	81
<i>Фомина Е.</i> Опасность деятельности движения сатанистов.....	82
<i>Чичина-Эйгерд В.</i> Любовь с точки зрения психологии: взгляды З. Фрейда, Э. Фромма, М. Литвака.....	83
<i>Швеева К.</i> Особенности невербального общения в странах арабо-мусульманского мира .....	84
<i>Шпанькова А.</i> Этнокультурные особенности поведения японцев .....	85
<i>Якимович А.</i> О некоторых особенностях поведения немцев.....	86

## ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА

<i>Акинчиц Ю.</i> Тематика романа Д. Лоджа «Выйдя из укрытия» .....	88
<i>Алексеева С.</i> Мотив одиночества в средневековой китайской поэзии.....	89
<i>Алишевская О.</i> Интертекстуальность в романе Дж. Фаулза «Коллекционер».....	90
<i>Борзенкова И.</i> Стилистические особенности романа К. Воннегута «Мать Тьма».....	91
<i>Бычина К.</i> Тема инаковости и символической бездомности в романе Дж. Рис «Широкое Саргассово море» .....	92
<i>Габелко А.</i> Шекспировский интертекст в романе О. Хаксли «О дивный новый мир» .....	93
<i>Геворкян В.</i> Проблемы перевода сленга, жаргона и иноязычных заимствований в романе Д. Тартт «Щегол» .....	94
<i>Гилеп О.</i> Специфика хронотопа в романе В. Вулф «Орландо» .....	95

<i>Горбацевич А.</i> Типы интертекстуальных связей в малой прозе Дж. К. Оутс (на примере сборника «Одержимые. Гротески») .....	96
<i>Григоркевич А.</i> Роман Дж. Фаулза «Женщина французского лейтенанта» в свете теории психоанализа .....	97
<i>Довыденко М.</i> Готические элементы в романе П. Акройда «Дом доктора Ди» ...	98
<i>Дорожей В.</i> «Мартин Иден» Дж. Лондона как роман о художнике .....	99
<i>Жолудь К.</i> Символическая значимость образов еды и приготовления пищи в романах М. Каннингема .....	100
<i>Жук В.</i> Особенности перевода имен собственных (на примере романов Т. Моррисон) .....	101
<i>Журомская Е.</i> Женские судьбы в романе З. Н. Херстон «Их глаза видели Бога» ..	102
<i>Зиновьева К.</i> Особенности создания характеров в романах Д. Тартт «Тайная история» и «Щегол» .....	103
<i>Казымова Д.</i> Духовный поиск главного героя в романе Э. Гилберт «Есть, молиться, любить» .....	104
<i>Козина В.</i> Формы реализации психологизма в романе Т. Драйзера «Американская трагедия» .....	105
<i>Козодой Н.</i> Типы пространства и времени в романе Д. Лоджа «Академический обмен» .....	106
<i>Коленда Е.</i> Характерологические средства в романе Р. Рэша «Ущелье» .....	107
<i>Кошелева Е.</i> «Последнее завещание О. Уайльда» П. Акройда как художественная биография .....	108
<i>Крючков А.</i> Жанровые особенности романа С. Кинга «11/22/63» .....	109
<i>Лановенко Д.</i> Деконструкция трагедии У. Шекспира «Гамлет» в романе Дж. Апдайк «Гертруда и Клавдий» .....	110
<i>Лапчик М.</i> Постмодернистский эксперимент в романе М. Эмиса «Стрела времени» .....	111
<i>Левкович Н.</i> Особенности композиции романа Г. Свифта «Вне этого мира» .....	112
<i>Лисичкина Е.</i> Женские образы в романе Дж. Барнса «Глядя на солнце» .....	114
<i>Литвинов Н.</i> Феномен интертекстуальности в романе Дж. Фаулза «Коллекционер» .....	115
<i>Логинов Ю.</i> «Американская мечта» в романе Т. Драйзера «Финансист» .....	116
<i>Малашенко Ю.</i> Поэтика романа Э. Фрейд «Дом у моря» .....	117
<i>Малашеня Д.</i> Диалог времен в романе Х. Данмор «Шинель» .....	118
<i>Марушко Д.</i> Стилизовое своеобразие рассказов Р. Карвера .....	119
<i>Михалевич Т.</i> Композиционно-речевые формы в романах Д. Смит «Письма из Йеллоустона» и Э. Гилберт «Происхождение всех вещей» ..	120
<i>Наджафова Л.</i> Пространственно-временная организация произведения П. Акройда «Чаттертон» .....	121
<i>Нужная В.</i> Художественное своеобразие романа Д. Делилло «Точка Омега» .....	122
<i>Потороча П.</i> Жанровые особенности романа У. Голдинга «Двойной язык» .....	123
<i>Ротаенко Д.</i> Проблема самопознания героя в романе Дж. Фаулза «Волхв» .....	124

<i>Сахонь А.</i> Средства создания образов героев в романе Э. Бронте «Незнакомка из Уайлдфелл-Хола» .....	125
<i>Серебрянцева В.</i> Роль рассказчика в романе Ф. С. Фицджеральда «Великий Гэтсби» .....	126
<i>Соболь К.</i> Образ неба в поэзии Бэй Дао .....	127
<i>Сорочинская Т.</i> Художественные решения социально-психологических проблем в романах Р. Ренделл «Портобелло» и «Живая плоть» .....	128
<i>Труханенок А.</i> Образно-символическая система рассказа Т. Драйзера «Прибежище» .....	129
<i>Турчанинова Н.</i> Жанровая характеристика романа Б. Ансворта «Моралите» ...	130
<i>Федутик Е.</i> Эмигрантская проза как наследие двух культур (на примере романа М. Хиндуса «Красный хлеб») .....	131
<i>Федюкович В.</i> Жанровые особенности социальной научной фантастики (на примере романа А. Азимова «Конец Вечности») .....	132
<i>Чурзина Е.</i> Поэтика интертекстуальности в творчестве Дж. Фаулза (на примере романов «Волхв» и «Коллекционер») ...	133
<i>Шелег А.</i> Молодежный сленг Nadsat в антиутопии Э. Берджесса «Заводной апельсин» .....	134
<i>Шифман Е.</i> Постмодернистское осмысление библейской истории в романе Дж. Барнса «История мира в 10 1/2 главах» .....	135

## ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

<i>Антоник К.</i> Лингвистическая специфика спама.....	136
<i>Апанович С.</i> Приемы нейролингвистического программирования в англоязычной рекламе .....	137
<i>Возняк Д.</i> Научно-технический текст как объект анализа в системах автоматического китайско-русского перевода .....	138
<i>Глушакова А.</i> Лексические и грамматические преобразования при автоматическом переводе официально-деловых текстов с английского языка на русский.....	139
<i>Давыдов Д.</i> Возможности повышения эффективности автоматического англо-русского перевода компьютерных сленгизмов.....	140
<i>Детскина Я.</i> Лингвистические особенности заголовков англоязычных научно-технических текстов.....	141
<i>Елисеева Д.</i> Структурно-семантическая организация текста англоязычного рекламного анонса книги .....	142
<i>Еронская А.</i> Дискурсивная структура <i>Euronews</i> .....	143
<i>Илюкович Т.</i> Кибербуллинг как вид агрессии в виртуальном общении .....	144
<i>Захаржевская О.</i> Особенности корпусной интерпретации сложностей при переводе немецкоязычных текстов .....	145
<i>Казимирская В.</i> Блог как разновидность виртуальной коммуникации.....	146

<i>Кацубинская А.</i> Представление информации в автоматическом переводном словаре .....	147
<i>Керножицкая В.</i> Подходы к автоматической нормализации лексических единиц в сообщениях пользователей социальных сетей .....	148
<i>Кореба Е.</i> Языковые маркеры отражения репутации личности в англоязычных твитах.....	150
<i>Кочерешко А.</i> Лингвистические средства выражения концепта «угроза» .....	151
<i>Кравченко А.</i> К вопросу устранения проблем машинного перевода .....	152
<i>Ладнова Е.</i> Типологии стратегий рекламного воздействия .....	153
<i>Ладыта Д.</i> Статистический метод выделения опорных слов терминологических словосочетаний .....	154
<i>Лускин В.</i> Распознавание текста с помощью нейронных сетей.....	155
<i>Марковская М.</i> Языковые новации социальной сети <i>Instagram</i> .....	156
<i>Нестерук Е.</i> Языковые технологии убеждающего воздействия в англоязычном политическом дискурсе .....	157
<i>Огиевич Т.</i> Лингвистические методы семантического поля поисковой оптимизации (SEO).....	158
<i>Прудникова В.</i> Влияние лингвокультурологических факторов на перевод наименований фильмов с французского на русский язык.....	159
<i>Селезнева В.</i> Репрезентация концепта «беженец»: корпусная специфика.....	160
<i>Скворцова А.</i> Принципы формирования базы данных системы автоматического анализа общественного мнения об организации.....	161
<i>Сосновская Е.</i> Сравнительная оценка результатов автоматического англо-русского перевода научно-технических текстов.....	163
<i>Терновская Е.</i> Сравнение и средства его выражения в письменном тексте.....	164
<i>Тетерукова А.</i> Лингвистическая специфика англоязычных публицистических текстов .....	165
<i>Тикавая К.</i> Структурная организация слогана в медийной и спортивной сфере .....	166
<i>Филимонова М.</i> Голосовой помощник <i>Алиса</i> как средство речевого взаимодействия .....	167
<i>Ходорко В.</i> Доместикация в переводе названий англоязычных фильмов в Гонконге и на Тайване .....	168
<i>Цзюй Ц.</i> Цветообозначение как универсалия в аспекте русского и китайского языков .....	169
<i>Шаринова Д.</i> Воздействие как одна из основных функций рекламного дискурса .....	170
<i>Шинкевич Я.</i> Контекстный метод разрешения многозначности при автоматической обработке текста .....	172
<i>Шубич Т.</i> Фразеологический потенциал газетных заголовков.....	172
<i>Ясюкевич А.</i> Подходы к порождению речи компьютером .....	173

## ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

<i>Богданчик Н.</i> Особенности языкового оформления интернет-отзыва туриста .....	175
<i>Гапоненко Д.</i> Сравнительный анализ идиоматических выражений со словами-фитонимами английского и русского языков .....	176
<i>Грибанова Д., Климова Д.</i> Образ отца в русских и английских пословицах и фразеологизмах .....	177
<i>Григорьева И.</i> Актуальные проблемы лингвистической инклюзивности .....	178
<i>Данилюк Д.</i> Античная мифология в русскоязычном и англоязычном поэтических текстах .....	179
<i>Долмат Ю.</i> Семантические особенности русских и английских имен прилагательных, определяющих понятие «свобода» .....	180
<i>Казусёнок Ю.</i> Влияние ислама на развитие арабского языка .....	182
<i>Кирилова Д.</i> Единицы фразеологического типа «О добре и зле» в сопоставительном аспекте .....	183
<i>Коростелёва П.</i> Русские приставочные глаголы и их эквиваленты в итальянском языке .....	184
<i>Крылова А.</i> Единицы фразеологического типа о здоровье в сопоставительном аспекте .....	185
<i>Малиновская О.</i> Семантические особенности мифонимов в сопоставительном аспекте .....	186
<i>Махмудова Ч.</i> Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом в русском и английском языках .....	187
<i>Панькова О., Шестунова А.</i> Интеллектуальные способности человека в русской наивной картине мира .....	188
<i>Рывкина А.</i> Репрезентация понятия <i>правда</i> именами существительными русского и английского языков .....	189
<i>Сенько Н.</i> Особенности лексикографического описания мифонимов .....	190
<i>Сташевская Е.</i> Особенности пополнения лексики компьютерного сленга в сопоставительном аспекте (на материале русского и английского языков) .....	191
<i>Томилова О.</i> Китайские прецедентные имена в англоязычном интернет-дискурсе .....	193
<i>Фан С.</i> Квантитативное значение в русской и китайской фразеологии .....	194
<i>Чжан Сяосяо.</i> Стратегии перевода персонажных фильмонимов на русский язык .....	195
<i>Чжан Юйли.</i> Средства описания эмоций в поэзии С. А. Есенина в аспекте перевода на китайский язык .....	196

## АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ

<i>Антонович Ю.</i> Глаголы приготовления пищи в русском и китайском языках .....	198
---	-----

<i>Баборико А.</i> Социальные сети как источник англицизмов в китайском языке.....	199
<i>Будюхина А.</i> Лексические способы выражения просьбы в турецком языке .....	200
<i>Выборная Е.</i> Способы передачи названий блюд белорусской кухни на китайском языке.....	201
<i>Горшкова А.</i> Положение женщин в Саудовской Аравии .....	202
<i>Гусаков А.</i> Атмосфера китайского Интернета: сокращения в чатах .....	203
<i>Иванова В.</i> Перевод безэквивалентной лексики, относящейся к семантическому полю «Человек», в публицистическом стиле (на материале китайского языка).....	204
<i>Кастрицкая К.</i> Образ луны в китайской языковой картине мира.....	205
<i>Клешняк Е.</i> Языковая политика и проблемы арабизации.....	206
<i>Кондратович Е.</i> Лингвистические особенности китайской рекламы (на примере использования омофонов).....	207
<i>Летко Е.</i> Лексико-семантические характеристики реалий в романе Р. Н. Гюнтекина «Птичка певчая» .....	208
<i>Лобан И.</i> Особенности фонетической адаптации англицизмов и интернационализмов в турецком языке .....	209
<i>Ложечник Е.</i> Система образования в Сирии .....	210
<i>Ломоносова А.</i> Национально-культурная специфика кулинаронимов в турецком языке .....	211
<i>Манкевич А.</i> Учение о языковых категориях в китайской лингвистической традиции .....	212
<i>Медведев Ю.</i> Семантико-синтаксические свойства частицы <i>zaten</i> в турецком языке .....	213
<i>Петрова А.</i> Совместная встречаемость ёгенов инкорпоративного комплекса и модальных частиц.....	214
<i>Пинчук А.</i> Семантические характеристики наименований блюд в китайском языке.....	215
<i>Примачук Д.</i> Гендерная асимметрия в китайском языке.....	216
<i>Станик Е.</i> Семантика цифр в китайской и белорусской лингвокультурах .....	217
<i>Тиханович Н.</i> Позиция наречия 多 в сочетаниях, обозначающих приблизительное количество .....	218
<i>Цуранкова В.</i> К вопросу об определении термина «безэквивалентная лексика».....	219
<i>Шанец Е.</i> Особенности художественного перевода поэзии доисламского периода.....	220
<i>Шевченко М.</i> Гендерные особенности японской речи (на материале аниме «Твое имя») .....	221
<i>Янушкевич М.</i> Языковая ситуация в арабских странах (на примере Саудовской Аравии) .....	222

**Круглый стол**  
**«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

<i>Борщевский М.</i> Особенности возрастной и гендерной стратификации рекламного сообщения в социальных сетях .....	224
<i>Войтеховский И.</i> Ведение канала в Telegram: правила коммуникации с аудиторией.....	225
<i>Змитрович Л., Никифорова Д.</i> Youtube как площадка для продвижения коммерческих проектов.....	226
<i>Зотова Д.</i> Работа с негативными проявлениями в интернет-сообществах .....	227
<i>Микулан И., Труханович У.</i> Тактики воздействия и лингвистические особенности в рекламных сообщениях .....	228
<i>Савчук Д., Сивацкая Д., Счеснович А.</i> Стратегии комьюнити-менеджмента для расширения аудитории на примере Кoko.by.....	229
<i>Трунова И., Хорова О.</i> Специфика проведения PR-кампании в ситуации государственного двуязычия .....	230

**Круглый стол**  
**«ОТ ГРАЖДАНИНА СТРАНЫ К ГРАЖДАНИНУ МИРА»**

<i>Астамонок А.</i> Влияние Интернета на формирование информационной культуры старшеклассников.....	232
<i>Гарбовская А., Клышейко А.</i> Воспитание в духе ненасилия .....	233
<i>Гиль А.</i> Киберпространство и его влияние на развитие личности в поликультурном мире.....	234
<i>Глуховский Е.</i> Поликультурное образование учащейся молодежи.....	235
<i>Данилович В.</i> Современные проблемы воспитания детей .....	236
<i>Дергачёва А.</i> Диалог культур как условие развития личности .....	237
<i>Керимова Ш.</i> Сотрудничество как основа эффективного взаимодействия.....	238
<i>Кирбай Д.</i> Формирование гуманного отношения к людям .....	239
<i>Косяк А.</i> Поликультурное воспитание детей дошкольного возраста .....	240
<i>Лавда К., Заневская И.</i> Формирование толерантности у старшеклассников .....	241
<i>Лытнева В.</i> Подвижная игра как средство развития эмоциональной сферы младшего школьника .....	242
<i>Нестерова Ю.</i> Формирование позитивных жизненных планов у старшеклассников.....	243
<i>Салсанова А.</i> Общечеловеческие ценности на примере приоритетов белорусского народа.....	244

<i>Скоробогатый В.</i> Межкультурная коммуникация как средство профессионального становления учителя английского языка .....	245
<i>Сташинский П.</i> Актуальность проблемы межкультурного образования .....	246
<i>Тихон М., Трушкова Е.</i> Формирование ненасильственного отношения к природе .....	247
<i>Чирич М.</i> Законодательные основы защиты прав детей.....	248
<i>Шестаков А.</i> Семья как социальный институт нравственного воспитания ребенка .....	249
<i>Шука Т.</i> Проблема доступности инклюзивного образования в Республике Беларусь .....	250

**Круглый стол**  
**«ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ:**  
**ВЗГЛЯД МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ»**

<i>Котлерчук А.</i> Педагогический диалог как средство формирования критического мышления личности .....	251
<i>Магаревич Е.</i> Формирование ценностно-ориентированной личности как актуальная проблема ноосферного образования .....	252
<i>Макарова Н.</i> Педагогическая фасилитация: сущность и условия реализации в образовательном процессе .....	253
<i>Резанович Е.</i> Проблемы духовного развития личности в педагогическом наследии Святителя Иоанна Златоуста.....	254
<i>Тимошина А.</i> Проблема личности учителя в наследии А. С. Макаренко .....	255

Научное издание

**МАТЕРИАЛЫ ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

18–19 апреля 2019 года

В четырех частях

Часть четвертая

Ответственный за выпуск *Л. А. Тарасевич*

Редактор: *В. М. Василевская, О. С. Забродская, Е. И. Ковалёва*

Ст. корректор: *С. О. Иванова*

Компьютерная верстка: *Н. А. Шауло*

Подписано в печать 30.12.2019. Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография, цифровая печать. Усл. печ. л. 15,81. Уч.-изд. л. 17,90. Тираж 100 экз. Заказ 69.

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.